

Technická univerzita v Liberci
Hospodářská fakulta

Studijní program: 6202 – Hospodářská politika a správa
Studijní obor: Pojišťovnictví

Integrace segmentů finančních služeb se zaměřením na pojišťovnictví a bankovníctví

Segment integration of financial services with the focus on the Insurance and Banking system

DP-PO-KPO-2006 09
PETRA HELMEROVÁ

Vedoucí práce: Ing. Markéta Paulasová, Ph.D., KPO

Konzultant: Marie Holmanová, Manažer obchodní skupiny ČSOB Pojišťovna, a.s.,
člen holdingu ČSOB

Počet stran: 82

Počet příloh: 0

Datum odevzdání: 12. května 2006

Prohlášení

Byla jsem seznámena s tím, že na mou diplomovou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, zejména § 60 – školní dílo.

Beru na vědomí, že Technická univerzita v Liberci (TUL) nezasahuje do mých autorských práv užitím mé diplomové práce pro vnitřní potřebu TUL.

Užiji-li diplomovou práci nebo poskytnu-li licenci k jejímu využití, jsem si vědoma povinnosti informovat o této skutečnosti TUL; v tomto případě má TUL právo ode mne požadovat úhradu nákladů, které vynaložila na vytvoření díla, až do jejich skutečné výše.

Diplomovou práci jsem vypracovala samostatně s použitím uvedené literatury a na základě konzultací s vedoucím bakalářské práce a konzultantem.

V Liberci, dne 12. května 2006

RESUME

Bankovníctví a pojišťovnictví jsou nejvýznamnější finanční odvětví. Jedná se o specifická odvětví tvořící páteř ekonomiky, která se vzájemně prolínají. Tyto finanční instituce pozitivně reagují na stále rostoucí požadavky svých klientů, jak v oblasti vyšší komplexnosti služeb, tak i v nových formách komunikace a poskytování většího komfortu. Snaží se docílit úspory času, nákladů a především konkurenčních výhod. Výsledkem spolupráce těchto institucí je moderní finanční služba, bankopojištění, která dokáže komplexně ošetřit finanční a pojistné potřeby klienta banky i pojišťovny. Na českém trhu se objevilo na počátku 90. let a neustále se vyvíjí dle aktuálních potřeb klientů.

Ve své diplomové práci popisuji vývoj a procesy vedoucí ke vzniku bankopojištění. Představuji úroveň a kvalitu bankopojištění našich 3 nejvýznamnějších bank – ČSOB, České spořitelny a Komerční banky. Zároveň se snažím odhadnout predikovat vývojové tendence.

RESUME

The Banking and Insurance services belong among the most significant financial branches. These are the specific branches, which create an economy backbone and they blend together. These financial institutions positively respond to their clients' ever growing demands, both in higher service complexities and in new forms of communication and in providing higher comfort. They try to reach not only time and cost saving but mainly the competitive advantages. The result of the cooperation is a modern financial product, the Bank Assurance. It can complexly satisfy not only the bank client's financial and insurance needs, but the insurance company client's needs as well.

It firstly appeared in the Czech Republic at the beginning of the 90s and it has constantly been innovated to meet the clients' needs.

In my Diploma Theses I am describing the development and processes leading to the creation of Bank Assurance. I am presenting the level and the quality of the Bank Assurance of our three most significant banks - ČSOB, Česká spořitelna and Komerční banka. Herewith, I am trying to predict the development tendencies.

KLÍČOVÁ SLOVA

Banka
Bankopojištění
Bankovníctví
Finanční instituce
Finanční skupina
Finanční služba
Investice
Klient
Neživotní pojištění
Pojišťovna
Pojišťovnictví
Produkt
Sektor
Subjekt
Životní pojištění

KEY WORDS

Bank
Bank assurance
Banking system
Client
Financial group
Financial institution
Financial service
General insurance
Insurance company
Insurance system
Investment
Life assurance
Product
Sector
Subject

OBSAH

OBSAH.....	7
SEZNAM POUŽITÝCH ZKRATEK A SYMBOLŮ	9
ÚVOD.....	10
1. Bankopojištění jako nový prostor na trhu a nová cesta ke klientovi	12
1.1. Pozice a integrace finančních služeb v rámci Evropské unie	12
1.1.1. Vývoj integrace v EU	12
1.1.2. Příčiny vzniku spolupráce finančních a pojišťovacích institucí	13
1.2. Pozice pojišťoven a bank v České republice	13
1.3. Integrace bank a pojišťoven	15
1.3.1. Univerzální finanční instituce jako trend	16
1.3.2. Provázanost produktů	16
1.4. „Bankopojištění“	19
1.4.1. Spolupracující subjekty	21
1.4.2. Přesvědčení zaměstnanců institucí, strategie lovce a farmáře	21
1.5. Výhody a nevýhody integrace finančních služeb	22
1.5.1. Výhody z pohledu klienta	22
1.5.2. Nevýhody z pohledu klienta	23
1.5.3. Výhody z pohledu banky a pojišťovny	24
1.5.4. Nevýhody z pohledu banky a pojišťovny	26
1.5.5. Nevýhody pro finanční zprostředkovatele	27
1.6. Propojování bank a pojišťoven v zahraničí	28
1.7. Zákonná úprava v ČR	30
2. Nejvýznamnější hráči na českém pojistném a bankovním trhu – finanční skupiny a strategičtí partneři	33
2.1. Vývoj bankopojištění na území ČR	33
2.1.1. Prodejní kanály	34
2.1.2. Hlava finanční skupiny	34
2.1.3. Podíly aktiv bankopojišťovacích struktur na českém trhu	35
2.1.4. Regulace bankovní a pojišťovací činnosti v ČR	37
2.2. Trend převodů kmene mezi pojišťovnami	38
2.2.1. Nejzajímavější obchodní počín v oblasti odkupu pojistného kmene	39
2.3. Strategická partnerství na českém trhu	44
2.4. Bankopojistné počiny největších českých bank	45
2.4.1. ČSOB a ČSOB Pojišťovna	45
2.4.2. Česká spořitelna a Pojišťovna České spořitelny	48
2.4.3. Komerční banka a Komerční pojišťovna	50
3. Stávající produkty bankopojištění na českém trhu	53
3.1. ČSOB	53
3.1.1. Produkty, jejich základní parametry a úspěšnost	54
3.2. Česká spořitelna	60
3.2.1. Produkty, jejich základní parametry a úspěšnost	61
Komerční banka	65
3.3.1. Produkty, jejich základní parametry a úspěšnost	66
4. Mezery na trhu a vývojové tendence	71

4.1. Srovnání nabídek nejvýznamnějších bankopojistitelů a předpokládaný směr vývoje	71
4.2. Trend nároků klienta.....	73
4.3. Český pojistný trh v roce 2005 a v budoucnosti.....	74
4.3.1. Přísliby do budoucna	74
ZÁVĚR.....	78
SEZNAM LITERATURY	81

SEZNAM POUŽITÝCH ZKRATEK A SYMBOLŮ

ČAP – Česká asociace pojišťoven
ČNB – Česká národní banka
ČR – Česká republika
ČS – Česká spořitelna
ČSOB – Československá obchodní banka
EU – Evropská unie
FSČS – Finanční skupina České spořitelny
HDP – Hrubý domácí produkt
IPB – Investiční a poštovní banka
KB – Komerční banka
Kč – Korun českých
KP – Komerční pojišťovna
MF ČR – Ministerstvo financí České republiky
mil. – milion
min. - minimálně
mld. – miliarda
např. – například
PČ – pojistná částka
Pojišťovna ČS – Pojišťovna České spořitelny
Pojišťovna ČSOB – Pojišťovna Československé obchodní banky
Pozn. – poznámka
Sb. - Sbírky
s.r.o. – společnost s ručením omezeným
tis. - tisíc
tj. – to je
TÚM – technická úroková míra
tzn. – to znamená
tzv. – takzvané
ŽP – životní pojištění

ÚVOD

Na současných globalizujících se finančních a pojistných trzích se stále silněji a častěji prosazují tendence pro udržení konkurenceschopnosti, které vedou k poskytování moderních finančních služeb.

Finanční instituce především pozitivně reagují na stále rostoucí požadavky svých klientů, a to jak na vyšší komplexnost služeb, tak i na nové formy komunikace, větší komfort a vysoký standard. Dochází k využívání synergických efektů spolupráce těchto finančních institucí a tím k získávání tak důležitých konkurenčních výhod.

Těsnější propojování bank a pojišťoven postupně rozostřuje předchozí tradiční hranice mezi jednotlivými finančními odvětvími. Obě instituce se přes specifickou obou odvětví, tvořících páteř ekonomiky, ve vzájemných vztazích značně prolínají. Jde o institucionální investory v ekonomice, zatímco v bankách je prioritní přímá tvorba kapitálu, tak v případě pojišťoven je tvorba rezervních fondů sekundárním důsledkem pojišťovacích služeb. Při inkasování pojistného a výplatách pojistných plnění využívají pojišťovny v platebním styku banky, banky pojišťují svá rizika u pojišťoven a mnohdy za pojišťovny investují technické rezervy uložené u bank formou depozit.

Toto vzájemné přibližování vyústilo v propojení služeb – moderní produkt „**bankopojištění**“. Cílem kombinace produktů bank a pojišťoven je soustředění výhod původních jednodušších produktů do produktu finálního s kombinovanými rysy a s parametry uspokojujícími aktuální potřeby klientů.

Spolupráce subjektů má různé podoby majetkového propojení. Nejznámější a nejužší pojetí představuje integrace banky a pojišťovny do jedné skupiny, kde holdingová společnost kontroluje jak banku, tak pojišťovnu.

Cílem mé diplomové práce je představit moderní produkt bankopojištění, jeho vývoj a skutečnosti vedoucí k jeho vzniku, dále úroveň a kvalitu těchto služeb na českém trhu.

Na základě informací získaných sběrem dat v oblasti bankopojištění se pokusím predikovat budoucí vývoj.

V první kapitole kvantifikovaně zkoumám význam bankovníctví a pojišťovnictví na českých a evropských finančních trzích a procesy, které vyústily k propojení vzájemných služeb. Představím několik možných forem provázanosti produktů a spolupráce finančních institucí. Samostatnou část této kapitoly věnuji výhodám a nevýhodám z několika úhlů pohledu. Na konci kapitoly píš o různých formách strategií propojení bank na zahraničních trzích a o nové české zákonné úpravě pojišťovnictví vztahující se také na oblast bankopojištění.

Ve druhé kapitole popisují vývoj bankopojištění na našem území. V dalších částech představují prodejní kanály působící v ČR, hlavy bankopojistných skupin a podíly aktiv, které na našem trhu zaujímají. Za významné obchodní počiny považují prodeje kmenů pojišťoven a více prostoru věnují největšímu odkupu pojistného kmene v dosavadní historii české pojišťovnictví. V závěru této kapitoly představují 3 největší české bankopojistitele, jejich základní ekonomické údaje a postavení na trhu.

Konkrétní nabídce bankopojistných produktů našich 3 největších bank se věnuji ve 3. kapitole. Popisují zde jejich základní parametry a úspěšnost prodeje.

V poslední kapitole srovnám nabídky našich bankopojistitelů a pokusím se odhadnout jejich vývojové tendence. V závěru této kapitoly se zaměřím na komplexní zhodnocení českého pojistného trhu s výhledy do budoucna.

1. Bankopojištění jako nový prostor na trhu a nová cesta ke klientovi

1.1. Pozice a integrace finančních služeb v rámci Evropské unie

Finanční služby hrají v hospodářství Evropské unie klíčovou úlohu. Sektor finančních služeb EU tvoří více než 6% HDP Unie a nabízí základní finanční produkty jak průmyslovým podnikům, především ve formě investičního kapitálu, tak i jednotlivým fyzickým osobám, například formou hypoték, důchodů a pojištění.

Sektor finančních služeb zajišťuje 2,45% zaměstnanosti EU, přičemž má tento sektor značnou schopnost vytvářet nové pracovní příležitosti.

1.1.1. Vývoj integrace v EU

Neexistuje zřejmě žádná jiná finanční oblast, ve které by se rámcové podmínky v posledních letech změnily tak zásadním způsobem jako v bankovním odvětví.

Mezi příčiny změn v bankovníctví patří:

- globalizace, která dostala díky pádu železné opony a otevření východoevropských trhů nový a silný impuls;
- dokončení Evropského vnitřního trhu k 1. lednu 1993 s odpovídajícími deregulacemi;
- razantní nástup informačních technologií;
- zavedení jednotné měny v jedenácti evropských zemích na počátku roku 1999, jehož důsledkem je zesílení vývojových tendencí směřujících ke globalizaci.

Zavedení eura výrazně zvýšilo transparentnost cenových poměrů v rámci Evropské měnové unie. Zvýšení transparentnosti umocňuje stále častější využívání internetu jako “virtuálního trhu”, na němž nabízejí své služby také banky. To se zpětně projevuje ve zvyšujících se nárocích zákazníků na nabídku a servis bank, čímž se dodatečně zostřuje soupeření zejména v bankovním obchodě uvnitř eurozóny. Konkurence v bankovním sektoru na národní a mezinárodní úrovni neustále roste.

V oblasti bankovních a finančních služeb byl cíl vytvoření jednotného vnitřního trhu

v Evropské unii do značné míry realizován již dříve, nezávisle na zavádění eura. Hlavním předpokladem se v této souvislosti stalo vytvoření jednotných podmínek pro dohled nad bankami ve všech členských státech EU.

Globalizační tendence na finančních trzích se nemohly vyhnout ani pojistnému sektoru. Kromě fúzí a akvizic pojišťovatelů navzájem, které však nebyly svou kapitalizací významné, dochází od šedesátých let k nárůstu četnosti spojování bank a pojišťoven. V současné době je trendem produktové propojování.

1.1.2. Příčiny vzniku spolupráce finančních a pojišťovacích institucí

Na evropském kontinentu bylo významným impulsem zahájení podnikání na základě jednotného evropského pasu v rámci celé EU. Snaha získat kapitál napříč zeměmi EU, nové investiční příležitosti a získání silnější pozice vedlo k sofistikované spolupráci dvou nejvýznamnějších finančních odvětví.

Další důvody již platí celosvětově a můžeme mezi ně zařadit:

- ☛ odklon klientů od spoření v bankách k životnímu pojištění, které poskytuje daňové zvýhodnění,
- ☛ rozvoj informačních technologií,
- ☛ nárůst konkurence díky vzniku „finančních supermarketů“,
- ☛ tlak akcionářů hledat dosud netradiční zdroje zisku.

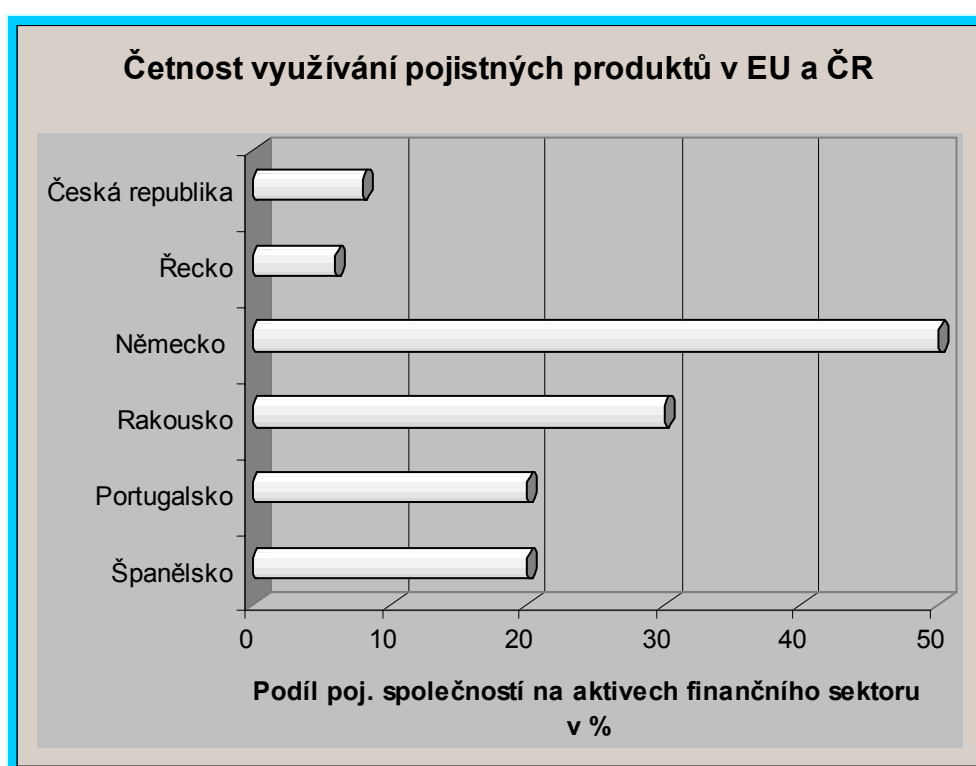
1.2. Pozice pojišťoven a bank v České republice

Bankovnínictví a pojišťovnictví patří bezesporu mezi nejvýznamnější finanční odvětví i na území ČR. Bankovní sektor hraje rozhodující roli v rámci celého finančního sektoru. Podíl aktiv bankovního sektoru na celkových aktivech finančního sektoru v České republice se pohybuje na úrovni zhruba 80 %. Druhým nejdůležitějším segmentem v ČR je

pojišťovnictví s podílem aktiv na celkových aktivech finančního sektoru na úrovni zhruba 7 až 8 %.

V zemích EU je podstatně vyšší četnost využívání pojistných produktů, jednotlivé země se však velmi liší. Dokazuje to uvedený graf, ve kterém pro srovnání s Českou republikou uvádím 5 zemí EU.

Graf č. 1: Četnost využívání pojistných produktů v ČR a EU



Zdroj: ČSOB

Pojišťovny dnes již nejsou pouze úzce specializovanými institucemi. Širokou nabídkou produktů plně soupeří s bankovními úložkami a privátním bankovníctvím. A proto je pozice bank v dnešní době ohrožena rozličnými možnostmi investování. O přízeň klientů bank bojují stále silnější pojišťovny, které především nabídkou životního pojištění víc a víc zasahují do oblasti dříve vyhrazené hlavně bankám – oblasti „bezpečných a jednoduchých“ investic.

1.3. Integrace bank a pojišťoven

Na současných globalizujících se finančních a pojistných trzích se stále silněji prosazují obecné tendence, které musejí pro udržení konkurenceschopnosti bezpodmínečně respektovat instituce poskytující moderní finanční služby, a kterými jsou integrace a produktová konvergence. Pro finanční instituce to znamená především pozitivně reagovat na stále rostoucí požadavky svých klientů, a to jak na vyšší komplexnost služeb, tak i na nové formy komunikace, větší komfort a vysoký standard, šetřící čas a přinášející konkurenční výhody.

Finanční a pojišťovací instituce se v rámci zvyšování své konkurenceschopnosti více homogenizují, čímž se současně postupně rozostřují předchozí tradiční hranice mezi jednotlivými sektory ekonomiky. Těsnější spojování bank a pojišťoven je dáno tím, že se obě instituce přes specifickou obou odvětví, tvořících páteř ekonomiky, ve vzájemných vztazích značně prolínají. Banky i pojišťovny jsou institucionálními investory v ekonomice, v bankách je prioritní přímá tvorba kapitálu, v případě pojišťoven je tvorba rezervních fondů sekundárním důsledkem speciálních pojišťovacích služeb. Při inkasování pojistného a výplatách pojistného plnění využívají pojišťovny v platebním styku banky, banky pojišťují svá rizika u pojišťoven a mnohdy za pojišťovny investují technické rezervy uložené u bank formou depozit. Bankéři navíc již delší dobu musí čelit relativnímu nasycování retailového bankovního trhu a snižování marží z bankovních obchodů.

Vznikají multifunkční finanční konglomeráty ekonomicky závislých společností, operující alespoň ve dvou finančních sektorech s více či méně centralizovaným řízením. V rámci naznačeného integračního trendu přestávají především banky a pojišťovny fungovat v separátním modelu a stále častějším jevem jsou integrované společnosti, v první vývojové fázi tzv. bankopojišťovny, kde jsou pod jednou střechou komplexně poskytovány bankovní a pojišťovací služby homogenizovanými produkty a v druhé fázi integračního procesu jsou vytvářeny multifunkční finanční skupiny.

Integrace finančních služeb v sobě zahrnuje zjednodušení a nový komfort pro klienty. Zároveň navrácí význam pobočkové sítě, která v době internetového bankovníctví, možnosti platby v obchodech platebními kartami a dostupnosti velkého počtu bankomatů

ztrácely využití a představovaly ohromné náklady. Pobočka je místem, kde kvalifikovaný pracovník – poradce – zpracuje finanční analýzu, ve které klientovi nabídne efektivní zhodnocení peněz a zajištění rodiny, a to vše „pod jednou střechou“. Poradce by měl být schopen nabídnout veškeré produkty nabízené finanční skupinou či strategickými partnery, od bankovních produktů, pojistných produktů, penzijního připojištění a stavebního spoření. Jednoduše řečeno, kdo nenabídne komplexní péči o klienta, snižuje své šance na trhu.

Je důležité, aby docházelo k propojení finančních služeb nikoli k připojení, tj. spolupráce musí být vzájemná. Pokud by šlo pouze o prodej pojistných produktů na pobočkách bez další koordinační činnosti, byl by projekt pravděpodobně neúspěšný. Stejně tak banka nemůže diktovat pojišťovně jak mají vypadat produkty, které budou společně prodávány, ale musí na nich pouze spolupracovat.

1.3.1. Univerzální finanční instituce jako trend

Jednotný trend tvorby univerzálních finančních ústavů (tvořených právně nezávislými subjekty a nositeli rizik), které operují napříč širokým spektrem aktivit s rozhodujícími složkami v bankovníctví a pojišťovnictví je typický pro celou Evropu. Původní koncept bankopojištění, který představoval pouze vazbu mezi bankami a pojišťovnami nabízejícími produkty životního pojištění, byl překonán a podstatně rozšířen na stav, kdy se kombinují bankovní služby se službami životních i neživotních pojišťoven. Pojišťovny a banky si tedy nekonkurují již jen ve svých vlastních sektorech, ale navzájem v rámci širšího trhu finančních služeb.

1.3.2. Provázanost produktů

Stále větší provázanost bankovních a pojistných produktů je vedle kapitálových vazeb charakteristickým rysem současného vývoje. Tuto provázanost či vzájemnou podmíněnost lze nalézt v několika rovinách.

1) Křížový prodej (Cross-selling)

Jedná se o pouhý prodej pojistných produktů prostřednictvím sítě poboček banky.

Banka se stává tzv. bankovním supermarketem, poskytovatelem služeb a integrátorem, který nabízí finanční produkty různých subjektů tzv. strategických partnerů či produkty vlastní finanční skupiny. Tyto produkty jsou na individuální bázi, které nemají žádnou vnitřní provázanost s finanční službou poskytovanou finanční institucí, a to přesto, že jsou prodávány v její obchodní síti a jejichž cena je kalkulována individuálně na základě ocenění rizika každého jednotlivého klienta.

Příkladem může být cestovní pojištění; pokud klient přijde do banky pro valuty, dá se předpokládat, že se chystá do zahraničí a bankovní pracovník mu nabídne možnost sjednání cestovního pojištění.

2) Částečná vazba na finanční produkt

Vedle pojistných produktů bez vnitřní provázanosti existují pojistné produkty, které mají vazbu na finanční službu. *Příkladem je možnost sjednání pojištění k bankovnímu úvěru - pojištění schopnosti splácet úvěr.* Tento produkt využívá synergie finančních a pojišťovacích produktů a je nabízen ve dvou základních modifikacích, v té první jsou kryta tři pojistná rizika: riziko smrti z jakýchkoliv příčin a plná pracovní neschopnost, ve druhé variantě (tzv. komplexní varianta) je navíc kryto riziko ztráty zaměstnání. Přesná konstrukce produktu závisí na domluvě finančních institucí.

Postupně některé pojišťovny aplikují obdobný produkt, ale zatím obvykle v užší variantě z pohledu rozsahu pojištěných rizik nebo s větším počtem výluk a zejména s individuálně kalkulovanou cenou produktu.

3) Úplná propojenost bankovního a pojistného produktu

Další formou je vytváření vzájemně propojených balíčků produktů. Dochází tak k spojení produktů, které již na sebe vzájemně navazují a doplňují se. Nejde již o izolovaný produkt, jak je tomu u obyčejného křížového prodeje. V současné době je takovým *nejčastějším případem poskytnutí hypotečního úvěru*, kdy bankovní instituce požadují uzavření životního pojištění dlužníka (vinkulace ve prospěch banky) a pojištění majetku, který slouží jako zástava (nejčastěji pojištění nemovitosti).

V případě životního pojištění může jít o čistě rizikovou pojistku nebo o kapitálové životní pojištění. Klient v takovém případě získá úvěr zpravidla za lepších podmínek (s nižší úrokovou sazbou), v některých případech bez podobného pojištění ani hypoteční úvěr nedostane. Jsou i takové finanční ústavy, které životní pojištění nevyžadují. Faktem zůstává, že žadatel o úvěr chrání především sebe a svou rodinu před nahodilou negativní událostí.

Na rozdíl od pojistného produktu s částečnou vazbou na finanční službu (pojištění úvěru) se jedná v tomto případě o náročnější a významnější produkty, které v sobě automaticky zahrnují vazby a výhody. Ve většině případech však musí být jištění sjednáno z důvodu ochrany investice finanční instituce.

Mezi další vzájemně propojené produkty patří některé *platební karty*, se kterými získává jejich držitel bezplatné pojištění léčebných výloh nebo asistenční služby.

Často pak bývá platební karta klíčem k získání slev při koupi dalších produktů ostatních spřízněných finančních institucí.

Velmi povedenou formou vzájemně propojeného produktu je *kombinace kapitálového/investičního pojištění a úvěrového produktu*. Některé pojišťovny nabízejí ke kapitálovému životnímu pojištění i kreditní kartu, prostřednictvím které bývá možné vybrat značnou část (např. 90 %) kapitálové složky pojištění. Banka ve své podstatě poskytuje úvěr, který je stoprocentně zajištěn naspořenými penězi v pojišťovně. Pojišťovna zase vinkuluje pojistku ve prospěch banky. Jelikož je úvěr adekvátně kryt, může si banka dovolit účtovat minimální úrok. Navíc je leckdy možné využívat daňových výhod životního pojištění a odečíst ročně od daňového základu až 12 000 Kč. Produkt v tomto případě kombinuje daňové výhody životního pojištění s likviditou spořicího účtu.

Extrémní případ spojení bankovního a pojistného produktu je kapitálové životní pojištění s nulovou pojistnou ochranou. Jedná se o produkt s variabilní pojistnou částkou, která může v extrémních případech být i nulová. V tomto případě ze spořených peněz není odčerpávána částka na krytí rizikové složky. Pojistníkovi z něj plyne jistota garantovaného zvýhodnění ve výši technické úrokové míry. Funkce tohoto produktu je spoření a využití daňových úlev.

4) Dokonalé propojení finančních služeb

Tato forma znamená zdokonalování a propojování v nejvyšší možné podobě. V nejdokonalejší fázi jsou produkty do sebe integrovány funkčně, marketingově i klientsky a jsou propojeny i v oblasti informačních technologií.

V současné době je tato forma spíše jen teoretickou záležitostí.

1.4. „Bankopojištění“

Jedná se o moderní službu, která vznikla v 90. letech minulého století a představuje propojení bankovních služeb s pojistnými službami.

Bankopojištěním je nejčastěji označován prodej finančního produktu, do kterého je integrován pojistný produkt spřízněné pojišťovny (uvnitř finanční skupiny, či na základě smluvního ujednání), který je vnitřně propojen s finančním produktem a přináší dodatečnou užitnou hodnotu koncovému klientovi finanční instituce.¹

Pro prodej v bance musí být pojistné produkty jednoduché, jelikož je prodává personál, který není prioritně vyškolen pro prodej pojistných produktů a jeho hlavním úkolem je prodej samostatného finančního produktu. Prodej pojištění je pro něj pouze doplňkovou činností a nesmí celý proces komplikovat. Z toho důvodu nebývá obvykle pojistný produkt nabízen na individuální bázi, ale jako tzv. skupinová pojistka. Mezi pojišťovnou a finanční institucí, poskytující finanční službu, je uzavřena skupinová pojistná smlouva, která přesně specifikuje podmínky pojištění a jejíž přílohou jsou i všeobecné pojistné podmínky pojišťovny.

Klient finanční instituce poté v rámci procesu uzavření smlouvy, kterým si nakoupí finanční produkt, podepíše tzv. přihlášku k pojištění, kterou přistupuje k podmínkám skupinové pojistné smlouvy uzavřené mezi pojišťovnou a finanční institucí, a tímto aktem je pojištěn. Pojistné platí klient buď přímo pojišťovně nebo častěji společně s úhradou za

¹ ILLETŠKO, P. Bankopojištění, jeho výhody a perspektivy v ČR. *Pojistný obzor*, 2003, č. 4, str. 15

poskytovanou finanční službu, a finanční instituce následně odvede pojistné za všechny klienty pojišťovně.

Z výše uvedeného vyplývá jednoduchost pojistného produktu a především to, že pro všechny klienty jsou podmínky produktu stejné nebo alespoň velmi podobné, zásadním pravidlem však je, že pojistné je pro všechny klienty stejné a je kalkulováno zejména na základě statistických údajů o kmeni klientů finanční instituce, nikoliv na základě ohodnocení pojistného rizika každého individuálního klienta.

Nejznámějším příkladem pojištění na skupinové bázi je cestovní pojištění součástí mezinárodních platebních karet. Zde klient banky má již ve finančním produktu „přibaleny“ pojistný produkt, který i v některých případech může být zdarma (pokud ale platí poplatek za kartu, bývá v něm pojištění již zakalkulováno a tvrzení, že je produkt zdarma je klamné a slouží jako prodejní argument) a působí jako kladný stimul na zákazníka. V tomto případě podepisuje integrovaný dokument a pojistné platí v ročním (případně měsíčním) poplatku za kartu. Zajímavostí je, že se cestovní pojištění nemusí vztahovat jen na majitele karty, ale i na partnera či celou rodinu.

Cílem kombinace produktů bank a pojišťoven může být také soustředění výhod původních jednodušších produktů do produktu finálního s kombinovanými rysy. V současné době se v ČR díky možnosti snižování daňových základů daně z příjmu fyzických osob o určitý podíl z částky vložené do životního pojištění (za předpokladu dodržení zákonem stanovených podmínek) daří velmi dobře novým formám životního pojištění, z nichž některé minimalizují pojistnou ochranu a blíží se spíše termínovaným a spořicími účtům. Investiční životní pojištění pak dokonce kombinuje prvky investičních instrumentů v rámci peněžního a kapitálového trhu s prvky životního pojištění. Pro klienta zůstávají zachována daňová zvýhodnění související s životním pojištěním a sám rozhoduje o stupni rizikovosti svých investic. Většinou však spořicí a investiční složka pojišťovacího produktu stále představuje spíše určitou nadstavbu nad jádrem, kterým je ochrana proti riziku.

1.4.1. Spolupracující subjekty

Ke spolupráci subjektů dochází v několika různých formách. Nejznámější a nejužší pojetí představuje integraci banky a pojišťovny do jedné skupiny, kde holdingová společnost kontroluje jak banku, tak pojišťovnu. Kapitálové vazby mezi bankou a pojišťovnou mohou být jednak přímé, jednak nepřímé prostřednictvím mateřské společnosti. Protipólem k takto úzkému vymezení jsou partnerské modely dvou nezávislých subjektů.

Na českém finančním trhu figurují v současnosti jak struktury holdingového typu, tak také strategičtí partneři. Další domácí „bankopojišťovny“ pak představují různé kombinace kapitálového propojení a smluvních vztahů. Lze zde najít banky vlastníci majoritní podíly pojišťoven či pojišťovnu, která vlastní banky, stejně jako banky s minoritními podíly na pojišťovnách a pojišťovny s minoritními podíly na bankách.

Kromě vzájemných majetkových podílů jsou oba sektory propojeny také řetězcem úvěrů a vkladů, prostřednictvím dluhopisů, hypotečních zástavních listů a rovněž prostřednictvím mimobilančních a různých nepřímých vztahů.

Nejčastěji bývá model chování dceřiných společností či strategických partnerů stejný. Prostřednictvím banky se nabízí pojištění, které je buď shodné s běžnými produkty pojišťovny, nebo jsou speciálně upravena pro potřeby bankovních klientů. Bankovní přepážky přitom slouží především k prodeji jednodušších pojistných produktů, s výběrem složitějších druhů pojištění pomáhají klientům osobní pojišťovací poradci.

1.4.2. Přesvědčení zaměstnanců institucí, strategie lovce a farmáře

Důležité je přesvědčení zaměstnanců banky, neboť musí dojít k jejich přesvědčení o užitečnosti a smysluplnosti vzájemné spolupráce. Jinak může nastat situace, kdy nebudou společné produkty nabízet.

Kultura prodeje v pojišťovnictví a bankovníctví je diametrálně odlišná. Pojišťovny jsou lovci, kteří se snaží klienty ulovit například na výjimečnost nabídky, a poté vzájemné vztahy s klientem více méně ustávají. Za to banky provozují tzv. strategii farmáře, který má velmi častý a pravidelný styk se svými klienty.

Přesto, že většina pojišťovacích zprostředkovatelů zastává pozici lovce, snaží se pojišťovny zdůrazňovat důležitost dlouhodobých vztahů s klientem. Pokud má klient pocit, že se má na koho s dotazem či potřebou dalšího pojištění obrátit, nemá důvod hledat jinde. Další výhodou pro pojišťovacího poradce jsou doporučení na klientovi přátele a známé, kde ho budou předcházet kladné reference. Přesto, že je v zájmu poradce rozvíjet tyto vztahy a udržovat je, pojišťovny vycházejí svým poradcům vstříc i formou udržovacích provizí a fixních částek za kmen klientů.

Dalším rizikem u zaměstnanců může být pocit kanibalizace aktiv. Pracovníci mohou chtít bránit společnému prodeji, neboť si mohou myslet, že tím poškodí vlastní instituci díky odlivu peněz do cizího finančního domu. V tomto případě je nutné zdůraznit, že klient pojištění potřebuje a nebude-li obsloužen u spřízněného subjektu, dostane nabídku jinde.

1.5. Výhody a nevýhody integrace finančních služeb

1.5.1. Výhody z pohledu klienta

Z pohledu klienta má bankopojištění spoustu výrazných pozitivních efektů. Samotný produkt je konstruován tak, aby klientovi plně vyhovoval.

1. Bankopojištění umožňuje klientovi **jednoduchý a rychlý přístup ke službám**, které ještě před krátkou dobou těžce získával v různých institucích a za různých podmínek, nyní získá univerzální produkt u jedné společnosti, který je jednoduchý a většinou šitý na míru určité finanční službě. Velmi často se sjedná podpisem jediného integrovaného dokumentu, bez dalších formalit jako jsou lékařské prohlídky.
2. Banka je schopna zároveň k bankovní službě **nabídnout pojistný produkt, který je v dané situaci nezbytný** (životní pojištění v případě hypotečního úvěru) či přináší klientovi jistotu a pocit ochrany v určité životní situaci (cestovní a úrazové

pojištění součástí platební karty). Nabídka pojistných produktů se diverzifikuje v závislosti na životním cyklu jedince.

3. Cítí-li klient potřebu více finančních produktů současně, jejich nákupem u jedné instituce zpravidla **ušetří nejen na nejrozumnějších poplatcích**, ale také mu přinese **úspory z titulu nižších transakčních nákladů**.
4. Pro klienta je také pohodlnější řešit veškeré své případné problémy s finanční institucí u jediného poradce než nezávisle na sobě komunikovat s několika finančními institucemi. Klient má často k dispozici osobního bankéře, který mu může nabídnout kvalitnější služby vyplývající z lepší znalosti situace a potřeb klienta. Ten vždy uvítá možnost komplexního řešení jeho finančních potřeb. Své investování a spoření může tak provádět přes jeden typ internetového bankovníctví u jedné organizace. Je-li klient významným či dlouhodobým partnerem banky, může dostat různé cenové zvýhodnění, které by mu nová instituce jako novému klientovi těžko nabízela.
5. Výraznou výhodou je **cena**. Nejjednodušší pojistné produkty bývají nabízeny na tzv. skupinové bázi. Pojišťovna a finanční instituce uzavřou skupinovou pojistnou smlouvu. Klient pak při uzavření pojistné smlouvy s finanční institucí vstupuje do skupinového pojištění, kde jsou zpravidla kalkulovány nižší náklady a to umožňuje snížení pojistného oproti individuálně uzavřenému pojištění.
6. Vzhledem k jinému přístupu k oceňování rizik (tzv. Free Cover Limit) umožňuje skupinové pojištění pojistit klienta na **srovnatelné pojistné částky bez zkoumání zdravotního stavu**.

1.5.2. Nevýhody z pohledu klienta

1. Přesto, že se jedná o velice pohodlný způsob ošetření finančních prostředků, považují za nutné zmínit problém diverzifikaci portfolia, v případě svěření prostředků jedné finanční skupině. Orientace bank na produkty vlastní finanční

skupiny neumožňuje klientovi diverzifikovat své finanční prostředky v rámci různých subjektů. Z tohoto důvodu není u velkých klientů bankopojištění vždy rozvíjeno, neboť by právě nedocházelo k diverzifikaci velkých rizik. Je-li poskytnut firemnímu klientovi vysoký úvěr, pak požadované krytí pojistných rizik nebývá v některých případech záměrně upsáno u dceřiné společnosti.

2. Pojistné produkty musí být velmi jednoduché, poněvadž je prodávají instituce, pro které je prodej pouze doplňkovou činností. To je však v rozporu s trendy, které můžeme na pojistném trhu zaznamenat, za nimiž stojí snaha výrazně rozšiřovat flexibilitu produktů. Mnoha klientům nemusí nabízené produkty vyhovovat.

1.5.3. Výhody z pohledu banky a pojišťovny

Pro banku i pojišťovnu je bankopojištění velmi lukrativní záležitostí. Veškeré jejich činnosti směřují ke zdokonalování současných produktů a k vývoji nových, které by nejlépe odpovídaly potřebám trhu.

1. Jednou z největších výhod pro pojišťovnu je to, že nemusí vytvářet vlastní obchodní síť, jelikož produkty jsou prodávány prostřednictvím finanční instituce. **Využitím sítě bankovních poboček**, která bývá mnohonásobně hustší než u pojišťoven, **dochází k výraznému snížení nákladů.**

Pojišťovna obvykle finanční instituci platí určitou částku jako úhradu za administrativu a provizi. Tato částka je pro pojišťovnu velmi výhodná, neboť jakákoli vlastní činnost směřovaná k oslovení a získání nových klientů by byla několikanásobně vyšší.

2. Vzhledem k tomu, že provize za sjednání životního kapitálového pojištění dosahuje leckdy i vyšší částku než je roční pojistné, jedná se o velmi lukrativní záležitost pro banku. Pojišťovna by provizi vyplatila vždy, buď externímu zprostředkovateli, či prodejci pojišťovny, v tomto případě poputuje část provize „do kapsy“ banky a část zaměstnanci na přepážce.

3. Obrovskou výhodou a efektivním zdrojem úspor pro finanční instituci je **využití portfolia stávajících klientů**, které může oslovit bez výraznějších nákladů na nové databáze a akvizici. Vedle portfolia může využít již stávající informace o klientech. Jedná se o informace, které jsou potřeba k založení účtu či poskytnutí úvěru. Tyto informace nejsou samozřejmě zcela stejné jako u pojištění, ale mohou se vhodně doplňovat s novými.
4. Velkou motivací pro finanční instituce je **upevnění vztahů s klientem**, zákazník ocenění komplexní péči v podobě široké palety služeb na jednom místě. Pojistné produkty v bance nahrazují či doplňují některé již přežité formy investování (např. vkladové účty).
Často bývají klientovi nabídnuta různá křížová zvýhodnění, např. pokud si sjedná kolektivní úvěrové pojištění, sníží mu banka úrokovou sazbu úvěru. Pokud klient využívá dlouho služeb jedné finanční organizace a je spokojený, koupí si další produkt snadněji, než kdyby byl osloven někým úplně novým.
5. Velkou výhodou pro banku je určitý typ jištění poskytnutého úvěru např. při úmrtí klienta, jeho nesplacený úvěr je umořen z pojistné částky pojišťovny, se kterou klient uzavřel kolektivní či individuální úvěrové pojištění.
6. Bankopojištění umožňuje **lepší diverzifikaci rizika**. Dochází ke snižování rizikovosti portfolia klientů v případě nenadálých okolností. Umožňuje rozšíření investičních aktivit bank a tlumí regulační dopady centrální banky.
7. Díky vnitřní propojenosti pojištění s finanční službou je pojištění šité na míru strategií finanční instituce, která **umožňuje zvýšit konkurenceschopnost a zatraktivnit finanční produkt**. Cílem je přinést klientovi dodatečnou hodnotu. Dochází k odstraňování byrokratických bariér a ke snižování nákladů spojených zejména s uzavíráním smluv a příjmem pojistného. Dále se zvyšuje výkonnost bank i pojišťoven. Pozitivní může být i **celkové využití image či goodwillu** buď banky nebo pojišťovny, podle toho, které jméno je obchodně a marketingově silnější.

8. Rozšíření odbytových kapacit, diverzifikace toků příjmů a díky tomu intenzivnější využívání fixních nákladů. V konečném efektu dochází ke zvýšení zisku banky i její tržní hodnoty.
9. Banky a pojišťovny jsou schopné společně ve vzájemné spolupráci rychle reagovat na měnící se potřeby a požadavky klientů. Přesto, že je nutná dohoda dvou organizací, je často uplatňována jedna strategie v rámci celé finanční skupiny a změny jsou zavedeny na základě jednoho rozhodnutí.
10. Jednodušší administrativa při uzavírání smluv a výběru pojistného.

1.5.4. Nevýhody z pohledu banky a pojišťovny

1. Bankopojištění je strukturovaný prodej kombinovaných finančních produktů banky a pojištění cíleným skupinám klientů. Je ovšem podstatně náročnější na personální úroveň zaměstnanců, kteří se o klienty starají. Pokud se prodávají produkty dceřiných společností na přepážkách bank, je zde problém dokonalé informovanosti personálu. Přesto, že jsou produkty na prodej velmi jednoduché a personál je na ně školen, často nastávají potíže. Chybí jim prodejní dovednosti a cit pro správný výběr nabízeného produktu. Tito zaměstnanci celé roky prováděli úkony spojené s hotovostním a bezhotovostním platebním stykem, případně zodpovídali základní dotazy ohledně bankovních produktů. Zákazník nejistotu či neinformovanost vycítí a pak mu personál těžko prodá nabízený produkt, pokud ho nezbytně nepotřebuje. Vhodným příkladem výše uvedeného problému je finanční skupina České spořitelny, kde průměrný bankovní úředník za přepážkou má oprávnění prodat až 200 produktů. Jedná se o prodej produktů všech dceřiných společností České spořitelny - Pojišťovny České spořitelny, Stavební spořitelny České spořitelny, Penzijního fondu České spořitelny, Investiční společnosti České spořitelny a Leasingu České spořitelny. V ČR je přímo zakázáno, aby zde byli specializovaní pracovníci daných dceřiných společností, proto zde působí spousta „univerzálních“ zaměstnanců, kteří mají velké problémy se vstřebáním veškerých

informací. Jednotlivé dceřiné společnosti se snaží podporovat prodej pomocí svých managerů prodeje, kteří mají za úkol vhodně motivovat zaměstnance za přepážkami. Jde o různé soutěže o ceny či finanční ohodnocení nad rámec stávajícího finančního ohodnocení bankovního úředníka.

2. Je velice nutné nastavení takových bezpečnostním procedur a „čínských zdí“, aby nedošlo ke zneužití informací jednotlivými institucemi. Bankopojištění vyvolává **vyšší nároky na kontrolu a dozor**, je náročné dohledat přesné toky finančních prostředků na pojištění a na bankovní produkt.
3. V rámci jedné finanční skupiny může docházet k distribučním konfliktům, kde produkt nabízený bankou bude výhodnější než produkt nabízený za jinak stejných podmínek „klasickým“ distribučním kanálem. Tento problém by nastal v případě, kdy by výrazné snížení pořizovacích a správních nákladů prodejem prostřednictvím banky ovlivnilo kapitálovou hodnotu. Tato redukce nákladů by se zohlednila ve vývoji finančních toků v rámci pojistné smlouvy a mohlo by dojít k výraznému zvýšení akumulace kapitálu. To by mohlo vytvořit obrovskou konkurenční výhodu. Diskutabilní by pak v těchto případech kvalita poradenských služeb a následný servis.

1.5.5. Nevýhody pro finanční zprostředkovatele

Zřejmě největší obětí rostoucí oblíbenosti bankopojištění jsou finanční zprostředkovatelé – agenti a makléři. Ti si stěžují především na to, že lidé raději chodí pro komplexní produkty přímo do bank, než aby chodili za nimi pro jednotlivé produkty. Lidé si postupně zvykají na vyšší komfort a není výjimkou ani Velké Británie, kde význam zprostředkovatelů v tomto segmentu trhu také klesá. V roce 2002 britská pojišťovna *Prudential* oznámila, že ukončí prodej pojištění prostřednictvím vlastních prodejců, kteří v minulosti v Británii zajišťovali 13% tržeb. Místo toho se společnost začala soustředit na prodej prostřednictvím telefonu, direct mailu a internetu a ponechala si pouze 250 agentů pro obsluhu nejvýznamnějších zákazníků. Pro jednodušší definování potřeb klientů Prudential nabídla telefonní a on-line kontrolu finančního zdraví, a to za podpory informačního a

poradenského telefonního centra. Po Prudential s podobnými kroky přišly později i další pojišťovny, například *Britannic* a *Sun Life Financial of Canada*.

1.6. Propojování bank a pojišťoven v zahraničí

Na mezinárodních trzích se můžeme setkat s různými strategiemi propojení bank a pojišťoven.

- 1) **Založení nového podniku** - pojišťovna nebo banka se rozhodnou vstoupit na druhý trh pomocí nově založené společnosti. Tato strategie není příliš častá a je díky bariérám vstupu na trh velmi nákladná. I založení společného podniku je nákladné, ale bude zřejmě často využíváno při vstupu spolupracujících subjektů na nové trhy.
- 2) **Zakládání společných holdingů**, uskutečňuje se velmi často především v anglosaských zemích.
- 3) **Dobrovolné fúze**, kdy dojde ke spojení na základě vzájemné dohody. V tomto případě zůstávají distribuční sítě v počátku odděleny a teprve postupně dochází k jejich propojování. Využívanou strategií spolupráce je také křížové vlastnění akcií. Při křížovém vlastnění akcií dojde k vzájemnému vstupu na autonomní trhy a banka s pojišťovnou si jsou rovnocennými partnery se vzájemnou menšinovou kapitálovou účastí. Volba konkrétní strategie je významně ovlivněna legislativním rámcem a státním dozorem.

V evropských zemích (na rozdíl od USA) má spolupráce bank s pojišťovnami svou mnohaletou tradici. Pobočky francouzské *Société Générale* byly jedny z prvních, které začaly běžně držitelům kreditních karet bezplatně poskytovat nejrůznější druhy pojištění. Pokud si Francouz kupuje nemovitost, bývá naprostou samozřejmostí, že mu banka poskytne úvěr pouze za předpokladu, že tuto nemovitost nejdříve náležitě pojistí proti živlům a škodě způsobené třetí osobou.

Další formu bankopojištění praktikuje ve Velké Británii společnost *Lloyd's*. Poté, co koupila poskytovatele hypotečních úvěrů *Cheltenham and Gloucester*, použila okamžitě jejich databázi klientů k nabídce pojištění hypotečních úvěrů a pojištění budov a

domácností. Poté koupila i skotskou životní pojišťovnu Scottish Widows, kde uplatnila naprostou stejnou strategii. Je zajímavé, že s touto obchodní strategií je společnost Lloyd's velmi úspěšná a její kapitálové výnosy jsou vyšší, než je tomu u jiných britských bank, které následují evropský model bankopojištění.

Italská banka UniCredito (vlastník Živnostenské banky) v současnosti na italském trhu prodává více životního pojištění, než pojišťovny. Pro evropské pobočky KBC (vlastník ČSOB) zase představuje prodej životního pojištění více než 50% nových obchodů. To mimo jiné dokumentuje pokles zájmu o služby zprostředkovatelů.

Zajímavý je fakt, že na síle získávají úvěrové společnosti, které se snaží přivlastnit si jednu z domén bank, definovanou zákonem o bankách – poskytování úvěrů. V zahraničí, kde je poměrně běžné potkat zákazníka s nebankovní kartou, se do poskytování finančních služeb pustily společnosti jako Tesco, Lufthansa či Neckerman. Nejnižší podíl bank ve finančním sektoru je v USA. V ČR mezi nebankovní poskytovatele služeb patří např. ČSA či CCS.

A právě péče o klienty a široký sortiment služeb prostřednictvím rozsáhlých distribučních kanálů jsou jedny z mnoha faktorů, který by měly pomoci udržet bankám výhodu oproti úvěrovým institucím a dalším platebním systémům.

Ve Velké Británii či Švédsku nabízí velké supermarketové řetězce i služby retailového bankovníctví. Poskytují běžné účty, ke kterým mají zákazníci přístup prostřednictvím telefonu, pošty či díky bankomatům umístěných v jednotlivých supermarketech, společně s různými clearingovými bankami.

V následující tabulce uvádím přehled evropských zemí a jejich podíl předepsaného pojistného produktů životního a neživotního pojištění.

Tabulka č. 1: Prodej pojištění na pobočkách bank
(v %)

Země	Podíl předepsaného pojistné produktů prodaných na pobočkách bank	
	Životní pojištění	Neživotní pojištění
Francie	60	12
Španělsko	55	8
Itálie	40	6
Švédsko	25	5
Belgie	30	10
Holandsko	30	20
Velká Británie	24	5
Česká republika	1	3,3

Zdroj: Statistika zajišťovny Score, r. 2000, průzkum Gfk – IMDS 2002

Je patrné, že ostatní evropské země v čele s Francií v životním pojištění a Holandskem v neživotním pojištění dosahují ohromné výsledky v prodeji pojistných produktů na přepážkách bank.

V ČR je podíl předepsaného pojistného u neživotního pojištění větší než u životního pojištění. Mohlo by se zdát, že v ČR je trend bankopojištění neúspěšný, ale opak je pravdou. 72% všech nových obchodů v oblasti životního pojištění v rámci ČSOB Pojišťovny se uzavírá na pobočkách ČSOB. V objemu veškerých pojistných produktů a veškerého předepsaného pojistného činil v roce 2000 tento podíl u životního pojištění pouze 1%. Aktuálnější data bohužel nejsou k dispozici, ale domnívám se, že v během 6ti let nastal obrovský krok vpřed.

1.7. Zákonná úprava v ČR

Prvním dnem letošního roku nabylo účinnosti několik zákonů upravujících oblast pojišťovnictví, které dosti výrazně změnily podmínky poskytování pojistných služeb.

Do konce roku 2004 se vztah pojišťovny a jejího klienta v oblasti smluvního pojištění řídil pouze občanským zákoníkem, který se přímo pojištění dotýkal ve 40 paragrafech. Tato strohá úprava se stala v souvislosti s rostoucím významem pojištění nedostatečnou. Z toho důvodu a v souvislosti vstupu ČR do EU vznikla potřeba přijmout nové zákony pro detailnější úpravu pojištění. Staly se jimi zejména zákony č. 37/2004 Sb., o pojistné smlouvě a zákon č. 38/2004 Sb., o pojišťovacích zprostředkovatelích a samostatných likvidátorech pojistných událostí.

Novým informačním povinnostem a zvýšení nároku na odbornost a vzdělanost tak musí čelit jak stávající výhradní i nevýhradní zástupci samotných pojišťoven, tak i spolupracovníci pojišťovacích agentů a makléřů. Lobystický tlak pojišťoven však zapříčinil, že se povinnostem vyplývajícím z výše zmíněného zákona vyhnou zaměstnanci.

Ačkoli se zákonodárci snažili o co největší podchycení dané problematiky, přece jen se jim to zcela nepodařilo v oblasti bankopojištění.

Pojišťovna a finanční společnost (banka, leasingová společnost, atd.) uzavírají společně skupinovou pojistnou smlouvu. Pojistníkem je finanční společnost a pojištěným je zákazník. Klient při sjednání pojistné ochrany s příslušnou finanční institucí vstupuje do skupinového pojištění uzavřeného mezi pojišťovnou a bankou či leasingovou společností. Pojistnou smlouvou ve smyslu nové legislativy je vztah pojišťovny a příslušné finanční instituce, nikoliv smlouva mezi klientem a pojišťovnou. Pojistnou smlouvu uzavírá za pojišťovnu zaměstnanec finanční instituce, který nemá vůči klientovi téměř žádné právní povinnosti. Ve chvíli, kdy si spotřebitel koupí pojistnou ochranu, vstupuje do rámcové pojistné smlouvy mezi pojišťovnou a finanční institucí, kde je pouze třetí osobou (pojištěným), na jejíž rizika se pojistná ochrana vztahuje. Co se v takovém případě klient dozví o kvalitě pojištění záleží jen na ochotě a přístupu obsluhujícího pracovníka, který nemusí splňovat přísná kritéria zákona o pojišťovacích zprostředkovatelích a samostatných likvidátorech pojistných událostí a zároveň nemusí klienta informovat jako pojišťovací zprostředkovatel.

Pojišťovna tak vůči klientům nemá téměř žádné povinnosti, zatímco u pojistných smluv sjednaných individuálně (kdy je pojistníkem přímo konečný spotřebitel) musí pojišťovna i zprostředkovatel podléhat ověřené odbornosti a informačním povinnostem.

Zanikne-li pojistník bez právního nástupce, který sjednal pojištění cizího pojistného rizika, vstupuje pojištěný do soukromého pojištění na místo pojistníka, a to dnem, kdy pojistník zanikl bez právního nástupce (nestanoví-li pojistná smlouva jinak). Pojistitel má právo na pojistné za pojistnou dobu, nestanoví-li tento zákon jinak nebo nebylo-li v pojistné smlouvě dohodnuto jinak.²

Nová zákonná úprava se tak nejvíce pro pojistníka příliš příznivá, protože pojistná doba je v témže zákoně definována jako doba, na kterou bylo soukromé pojištění sjednáno (tedy nikoliv skutečná doba trvání pojištění, jako tomu bylo u předchozí právní úpravy). Při zániku banky či leasingové společnosti (pojistníka) bez právního nástupce tak přejímají klienti (pojištění) všechny platby pojistného po celou dobu pojištění (opět pokud ve smlouvě nebude dohodnuto jinak).

Na druhé straně evropským zákonodárcům specifické produkty bankopojištění neunikli. V nedávné době přijal Evropský parlament doporučení Evropské komise, jehož cílem by mělo být zpřísnění dohledu nad bankopojišťovníctvím. Základním identifikovaným problémem mělo být „šedé“ místo na trhu, kdy v některých případech již není zcela jasné, zda-li se jedná o bankovní, nebo o pojistný produkt a kdo by měl takto poskytované služby regulovat. V rámci nového doporučení uveřejněným Evropským parlamentem by měly země EU vytvořit jednotné orgány provádějící komplexní dohled nad celým finančním trhem.

² §13 zákona č. 37/2004 Sb., o pojistné smlouvě

2. Nejvýznamnější hráči na českém pojistném a bankovním trhu – finanční skupiny a strategičtí partneri

2.1. Vývoj bankopojištění na území ČR

Dnešní podoba bankopojištění v ČR se začala formovat již v polovině 90. let 20. století. Banky a pojišťovny, které byly na startu první, dnes mají na tomto trhu klíčové postavení. Jako první začala na svých pracovištích nabízet pojišťovací produkty již v roce 1994 Investiční a Poštovní banka (dnes ČSOB). O rok později ji následovala Česká spořitelna (s nabídkou životního i neživotního pojištění) a Komerční banka, která vstoupila na trh prodejem životního pojištění, k němuž přidala produkty neživotního pojištění až v roce 1998.

Velké banky na českém trhu v minulosti reagovaly na možnosti, které nabízela výhodná spolupráce s pojišťovnou přímo ve vlastní skupině, a to zřizováním vlastních dceřiných pojišťoven (Komerční banka a IPB), nebo koupí existující pojišťovny (Česká spořitelna a ČSOB). Zahraniční subjekty vstoupily na český trh především prostřednictvím nákupu majoritních podílů. Velmi často zároveň zastřešují holdingové struktury.

Dnes banky a pojišťovny působící v ČR do značné míry vlastní zahraniční majitelé a veškeré strategické a obchodní záležitosti ovlivňuje především dění v zahraničních mateřských společnostech (někdy také fúze či převzetí v zahraničí). Mezi významné změny v roce 2003 patřilo odnětí licence Union bance, která se řadila společně s Union pojišťovnou mezi hlavní účastníky tohoto trhu. Událostí roku 2004, která ovlivnila majetkové vztahy bankopojišťovacích struktur tvořené Dresdner Bank CZ a pojišťovnou Allianz, byl prodej banky.

V následujících třech podkapitolách představím prodejní kanály, které fungují na českém trhu. Také hlavy bankopojistných skupin a podíly aktiv, které na našem trhu zaujímají.

2.1.1. Prodejní kanály

Na našem trhu se objevuje několik možností využití banky jako prodejního kanálu.

1. Banka jako hlavní prodejní kanál

V případě, že pojišťovna nemá vlastní prodejní síť, je hlavním prodejním kanálem banka. Je tomu tak u Pojišťovny České spořitelny a Komerční pojišťovny.

2. Banka jako doplňkový prodejní kanál (vedle vlastních prodejních sítí a externích zprostředkovatelů)

Prodejní kanály mohou fungovat oběma směry. Nejedná se jen o prodej pojistných produktů na přepážkách bank, ale i prodej ostatních finančních produktů v pojišťovnách.

V ČR se tento „druhý směr“ příliš často nevyskytuje, výjimkou potvrzující pravidlo je spolupráce Skupiny České spořitelny a Kooperativy.

Zajímavé je, že ve světě je využívání obousměrného křížového prodeje dost rozšířené. Úspěšnost prodeje pojistných produktů na přepážkách bank je ale několikanásobně vyšší.

2.1.2. Hlava finanční skupiny

Hlavou finančních skupin bývá nejčastěji banka, důkazem je i stav na českém finančním trhu, kdy jedinou finanční skupinou v čele s pojišťovnou je ryze česká finanční skupina PPF.

Následující tabulka zobrazuje situaci na českém trhu v oblasti nejvýznamnějších bankopojišťovacích struktur z pohledu vlastnictví.

Následující tabulka zobrazuje hlavní partnery z pohledu vzájemných vlastnických vztahů mezi bankou a pojišťovnou k 30.6.2003, nejsou zde zahrnuty stavební spořitelny velkých bank. Holding, představuje nezávislé postavení banky a pojišťovny mezi sebou, které zastřešuje společný majitel. Tyto holdingy se vyskytují v různých modifikacích – v některých případech jsou doplněny minoritním vlastnickým podílem, jindy je účastníkem vztahu zahraniční subjekt prostřednictvím své pobočky zřízené v ČR.

**TABULKA č. 2: Hlavní formy nejvýznamnějších bankopojišťovacích struktur v ČR
z pohledu vlastnictví**

Forma vlastnictví	Počet bankopojišťovacích struktur tohoto typu	% podíl z aktiv 9 největších bankopojišťovacích struktur
Banka vlastní rozhodující podíl v pojišťovně	2	50
Pojišťovna vlastní rozhodující podíl v bance	1	8
Holding	5	40
Ostatní	1	2

ZDROJ: ČNB, MF ČR, Veřejné zdroje informací, 2002.

2.1.3. Podíly aktiv bankopojišťovacích struktur na českém trhu

Váha jednotlivých typů českých finančních institucí ve skupině měřená velikostí jejich spravovaných aktiv hovoří velmi často ve prospěch bank. Bankovní sektor v současné době disponuje aktivy³, která tvoří asi desetinásobek aktiv sektoru pojišťoven. Tato výrazná převaha aktiv bank nad pojišťovnami je viditelná i v největších bankopojišťovacích strukturách v ČR. Ve skupině tří největších zřetelně dominují skupiny zastřešené bankami (ČSOB, ČS, KB). Při bližším pohledu je však patrné, že tyto tři struktury sice disponují více než 50% tržními podíly v oblasti aktiv bankovního sektoru a kumulovaných aktiv obou sektorů, na pojišťovacím trhu jsou však zastoupeny mnohem menšími podíly. Teprve šest největších bankopojišťovacích struktur získává nadpoloviční postavení i mezi pojišťovnami. Výjimkou zůstává předepsané pojistné neživotního pojištění, kde se tato skupina největších hráčů na trhu blíží pouze k 50%. To je způsobeno tím, že velmi silná pojišťovna Kooperativa v oblasti neživotního pojištění není součástí žádné skupiny a není v tabulce zahrnuta. Velké rozptýlení v oblasti neživotního pojištění může být dle mého názoru způsobeno tím, že lidé jsou poměrně indiferentní ve volbě

³ Současné odhady hovoří asi o 80% veškerých aktiv.

pojišťovny pro pojištění majetku. Jedná se o relativně krátkodobou záležitost a rozhodující je především cena. Na druhou stranu v oblasti životního pojištění volí silného a renomovaného partnera, neboť jde o záležitost dlouhodobého charakteru.

Podíly zohledňují stav k 31.12.2002 (aktuálnější údaje bohužel nejsou k dispozici), do přehledu není zařazena skupina Union Group. Velikost skupiny je hodnocena ukazatelem součtu aktiv jednotlivých členů (nekonsolidovaných).

TABULKA č. 3: Tržní podíly nejvýznamnějších bankopojišťovacích skupin

(v %)

Skupiny	Největší tři skupiny	Největších šest skupiny	Největších devět skupin
Podíl aktiv skupiny na celkových aktivech bankovního a pojišť. sektoru	59,7	70,3	73,4
Podíl aktiv bank ve skupině na aktivech bankovního sektoru	64,1	70,2	72,6
Podíl aktiv pojišťoven ve skupině na aktivech sektoru pojišťoven	11,9	77,4	88,2
Podíl předs. pojistného pojišťoven ve skupině na celkovém předs. pojistném	15,3	57,6	67,0
Podíl předs. pojistného pojišťoven ve skupině na celkovém předs. pojistném životního pojištění	25,8	73,8	77,5
Podíl předs. pojistného pojišťoven ve skupině na celkovém předs. pojistném neživotního pojištění	9,9	49,4	61,8

ZDROJ: ČNB, MF ČR, Veřejné zdroje informací, 2002

Poznámka: Následující subjekty představují tři, šest a devět největších bankopojišťovacích skupin kumulovaným způsobem. Jako první člen příslušné skupiny je uveden partner s rozhodujícím postavením ve skupině.

- 1. Československá obchodní banka/Českomoravská hypoteční banka/
Českomoravská stavební spořitelna/ ČSOB Pojišťovna**
- 2. Česká spořitelna/ Stavební spořitelna České spořitelny/ Pojišťovna
České spořitelny**
- 3. Komerční banka/ Všeobecná stavební spořitelna Komerční banky/
Komerční pojišťovna**
- 4. Česká pojišťovna/ E-banka/ První městská banka**
- 5. Raiffeisenbank/ Raiffeisen stavební spořitelna/ UNIQA pojišťovna**
- 6. ING Bank N. V. / ING Nationale Nederlanden životní pojišťovna/ ING
Nationale Nederlanden pojišťovna**
- 7. Česká exportní banka/ Exportní garanční a pojišťovací společnost**
- 8. Allianz pojišťovna/ Dresdner Bank**
- 9. Wüstenrot stavební spořitelna/ Wüstenrot hypoteční banka/ Wüstenrot
životní pojišťovna**

2.1.4. Regulace bankovní a pojišťovací činnosti v ČR

Bankovní a pojišťovací činnosti jsou od sebe odděleny a donedávna spadaly do pravomocí odlišných regulátorů a orgánů dohledu (České národní banky, Úřadu státního dozoru v pojišťovnictví a penzijním připojištění v rámci Ministerstva financí). Vazby mezi těmito finančními činnostmi byly vždy natolik silné, že mohly generovat nová rizika a také snáze přenášet rizika objevující se v bankovním sektoru do sektoru pojišťoven a naopak.

Propojenost finančních institucí byla jedním z hlavních důvodů zintenzivnění vzájemné spolupráce regulátorů (ČNB, MF ČR a Komise pro cenné papíry), jejichž zástupci již v roce 1998 podepsali trojstrannou dohodu o spolupráci, která byla začátkem roku 2003 zásadním způsobem novelizována právě směrem k vytvoření předpokladů pro provádění účinného dohledu nad finančními skupinami.

V souvislosti s přijetím zákona č. 57/2006 Sb.⁴ byl dohled nad finančním trhem v ČR integrován do České národní banky, která převzala agendu Úřadu státního dozoru v pojišťovnictví a penzijním připojištění, Komise pro cenné papíry a Úřadu pro dohled nad družstevními záložnami. Další zákon upravující skupiny majetkově a personálně propojených osob, v nichž jsou významně zastoupeny banky a pojišťovny, je zákon o doplňkovém dozoru nad bankami, spořitelními a úvěrními družstvy, institucemi elektronických peněz, pojišťovnami a obchodníky s cennými papíry ve finančních konglomerátech.⁵

2.2. Trend převodů kmene mezi pojišťovnami

Obecně přijímanou pravdou českého pojišťovnictví je, že hlavním motorem růstu ještě řadu let zůstane životní pojištění.

Ze srovnání propojištěnosti⁶ České republiky s průměrem EU vyplývá, že místo současných ročních 34 miliard Kč za životní pojištění by Češi měli za tyto produkty utratit přes 123 miliard. Rozdíl 89 miliard je považován za růstový potenciál trhu životního pojištění. Naopak rozdíl propojištěnosti v oblasti neživotního pojištění činí „pouhých“ 13 miliard Kč. To je důvod, proč se některé pojišťovny postupně zbavují svých neživotních kmenů a specializují se výhradně na část životní.

Následující tabulka obsahuje nejvýznamnější převody kmenů pojištění mezi pojišťovnami za posledních 5 let.

⁴ Zákon č. 57/2006 Sb ze dne 2. února 2006 o změně zákonů v souvislosti se sjednocením dohledu nad finančním trhem.

⁵ Zákon č. 377/2005 Sb. ze dne 19. srpna 2005, tzv. Zákon o finančních konglomerátech.

⁶ Podíl životního pojištění na hrubém domácím produktu.

TABULKA č. 4: Převody mezi pojišťovnami

Původní pojišťitel	Nabyvatel	Kmen (příp. typ pojištění)	Počet klientů	Rok
Winterthur	Kooperativa	Neživotní	80 000	2001
Certusia	Česká podnikatelská pojišťovna	Životní i neživotní	3 774	2001
Komerční pojišťovna	Kooperativa	Povinné ručení, havarijní pojištění	400 000	2002
Zürich	Generali	Životní i neživotní	-	2003
Pojišťovna ČS	Kooperativa	Neživotní	-	2003

ZDROJ: *Simona Ely Plischke*⁷

Poznámka: Počet klientů převedených z pojišťovny Zürich a Pojišťovny ČS nebyl uveřejněn. U Pojišťovny ČS šlo o přibližně 640 tis. smluv.

Zajímavostí je opačná politika Kooperativy, která naopak neživotní kmene pojišťoven kupuje. V roce 2001 jako první pojišťovna u nás převzala úspěšně neživotní pojištění společnosti Winterthur, v roce 2002 pak Komerční pojišťovny a v roce 2003 Pojišťovny ČS.

2.2.1. Nejzajímavější obchodní počín v oblasti odkupu pojistného kmene

Bezesporu nejzajímavějším obchodním počinem byl odkup neživotního kmene Pojišťovny ČS (640 000 pojistných smluv) koncem roku 2003 Kooperativou. Nejvyšší nabídkou (4,1 mld. Kč) a nejlepšími podmínkami na strategické partnerství vyhrála Kooperativa

⁷ *Finanční portál peníze* [online]. [cit. 2.3.2006]. Dostupné z: < <http://www.penze.cz/zpravy/2291/bonus-ktery-nechcete/?IDP=1> >

výběrové řízení⁸. Tato transakce vyvolala velkou pozornost veřejnosti především z důvodu významného postavení obou subjektů na pojistném trhu, v době prodeje se jednalo se o druhou a čtvrtou největší pojišťovnu v zemi.⁹

Spolu s neživotním kmenem převzala Kooperativa i movitý majetek a přibližně 530 zaměstnanců Pojišťovny (asi 80% z celkového počtu zaměstnanců). V době odkupu měla Kooperativa asi 3000 pracovníků, proto 530 nových znamenalo poměrně vysoké číslo. Zároveň garance práce pro zaměstnance Pojišťovny ČS, představovala ohrožení pro zaměstnance Kooperativy. Není snadné najít uplatnění zejména v administrativních funkcích, které jsou již naplněny.

Kupní smlouva zahrnovala převod všech pracovníků, kteří měli na starost neživotní pojistný kmen. Dohoda také zahrnovala podmínku tolerování mzdových skupin Pojišťovny ČS až do konce roku 2006.

S napětím se očekával i střet dvou rozdílných firemních kultur, ilustrovaných například poměrně silnou pozicí odborů v Pojišťovně ČS a absencí odborů v Kooperativě.

V roce 2004 začala Kooperativa prodávat na agenturách¹⁰ penzijní připojištění ČS a stavební spoření ČS. Až počátkem roku 2005 došlo k rozšíření strategické spolupráce na pobočky ČS a Kooperativy.

Obě společnosti mají několik prodejních kanálů viz obrázek č. 1. Vedle vlastních obchodních služeb (či pobočkových sítí) jsou to externí partneři a strategický partner.

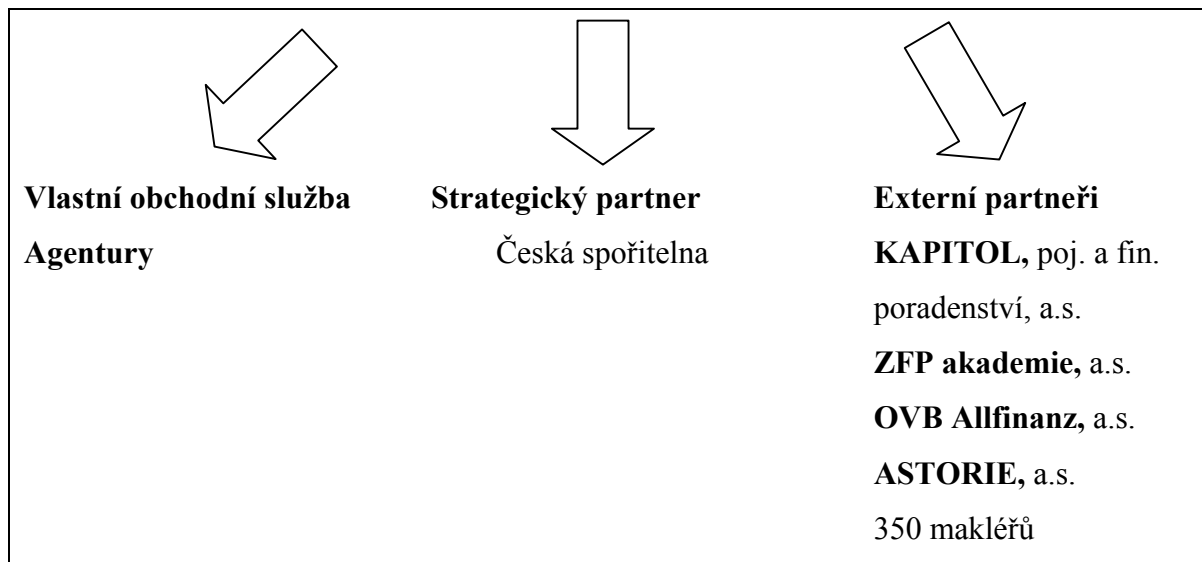
⁸ Dalšími účastníky výběrového řízení byly pojišťovny Allianz, Česká pojišťovna, Generali a Uniqa.

⁹ Dle posledních uveřejněných údajů České asociace pojišťoven k 2.3.2005 zaujímá pojišťovna Kooperativa 2. místo v podílu předepsaného pojistného na trhu a Pojišťovna ČS 7. místo.

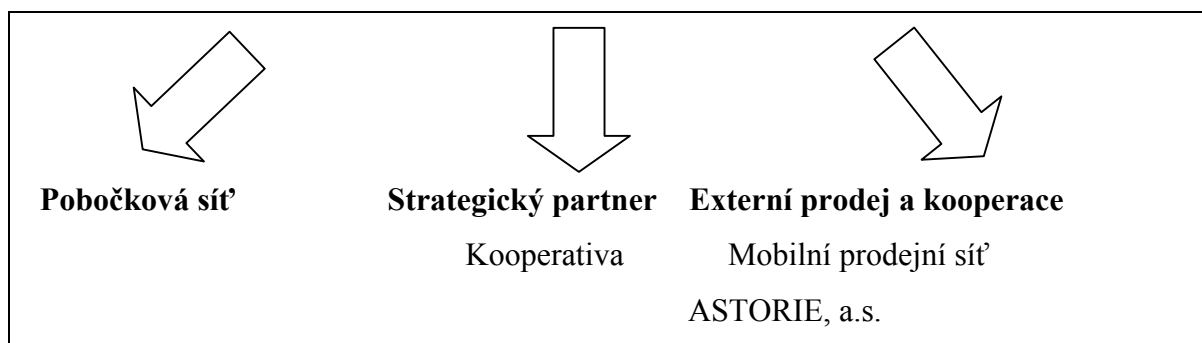
¹⁰ Jedná se o kanceláře pojistných zprostředkovatelů pracujících na živnostenské oprávnění, kteří si kanceláře pronajímají z vlastních peněžních prostředků a nejsou oficiálními pobočkami Kooperativy.

OBRÁZEK č. 1: Prodejní kanály Kooperativy a ČS

KOOPERATIVA



ČESKÁ SPOŘITELNA



Dalším krokem bylo zřízení specializovaných úseků na centrálách bank a pojišťovny za účelem detailního zlepšování procesů a podmínek spolupráce Kooperativy s Finanční skupinou České spořitelny.

Pracovníci ČS běžně nabízejí klientům cestovní pojištění a majetkové pojištění ve velmi jednoduché podobě. K tomuto účelu byl vytvořen program usnadňující sjednávání těchto typů pojištění. Pokud by měl klient zájem o náročnější produkt složitějších parametrů, je od poloviny minulého roku k dispozici externí mobilní síť ČS, která je schopna plně pokrýt

pojistné potřeby klienta v oblasti životního (produkty Pojišťovny ČS) a neživotního pojištění (produkty Kooperativy).

Spolupráce, která spočívá především v poskytování vybraných pojistných služeb klientům Finanční skupiny ČS a zprostředkování finančních produktů skupiny ČS klientům Kooperativy, přináší a zejména v budoucnu přinese velmi úzkou a stabilní vazbu klientů k oběma společnostem. Z obchodních zástupců Kooperativy se postupně stávají finanční poradci, kteří jsou schopni uspokojovat jak veškeré pojistné potřeby klienta, tak zprostředkovat veškeré další finanční služby – ať už se jedná o získání kreditní karty, hypotečního úvěru či uzavření smlouvy o stavebním spoření nebo penzijním připojištění. Rovněž pro ně není problém zprostředkovat klientovi spotřebitelský úvěr nebo mu pomoci při zřizování bankovního účtu.

Spolupráce je mnohohrstvá a těží z ní i zaměstnanci obou finančních institucí – strategičtí partneři jsou schopni a ochotni nabídnout navzájem svým zaměstnancům zvýhodněné produkty, což dále podporuje spolupráci Kooperativy s FSČS. Úzká spolupráce s největší bankovní skupinou v ČR je velkým přínosem i pro využívání všech možností a výhod v oblasti platebního styku, což znamená větší pružnost, rychlost a zvýšení komfortu plateb jak pro Kooperativu, tak pro všechny její klienty. V roce 2004 například ČS rozšířila možnosti využívat některé její vybrané bankomaty k převodu peněz z účtu klientů za účelem zaplacení pojistného ve prospěch Kooperativy.

Produkt EBP

ČS nabízí podnikatelským subjektům zvýhodněné programy v oblasti veškerých služeb FSČS. Jedná se o různé akce, kdy je stavební spoření bez poplatku a úvěrování za zvýhodněných podmínek. Součástí bývají marketingové akce k oslovení jednotlivých zaměstnanců, například přikládání reklamních materiálů k výplatním páskám apod. Pokud v těchto firmách je předkládána nabídka na životní pojištění, kde by mohlo dojít ke střetu nabídek Pojišťovny ČS a Kooperativy, existuje zde gentlemanská dohoda, že se Kooperativa nabídky životního pojištění neúčastní.

Tento případ není jediný, kdy se setkávají nabídky obou pojišťoven. Proto není žádným tajemstvím, že by Kooperativa ráda časem odkoupila i životní kmen Pojišťovny ČS.

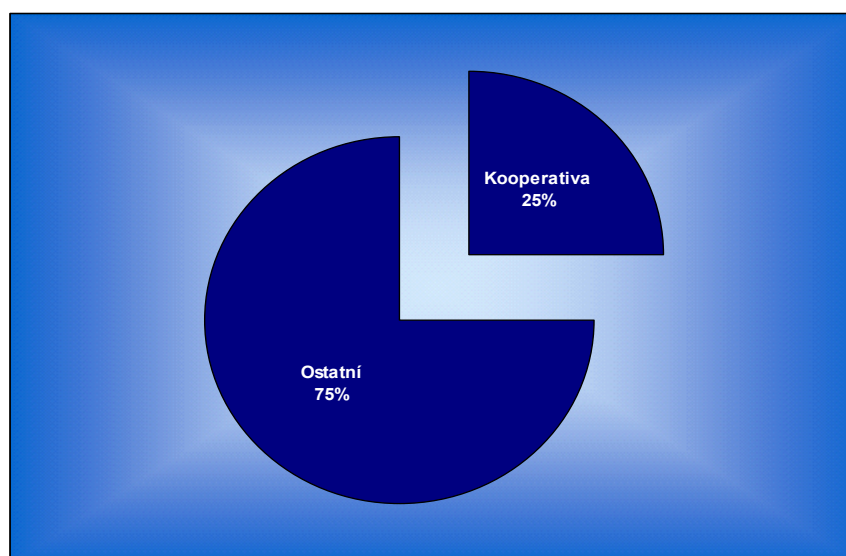
Relativně stabilní vývoj předepsaného pojistného v oblasti životního pojištění však není důvodem zbavovat se zbývajících částí pojišťovny ČS.

Je důležité zmínit významnou roli majitelů obou subjektů. Je dlouhodobou snahou navázat bližší spolupráci skupiny Erste (97,9 % vlastníků České spořitelny) a Wiener Städtische Versicherung (95,5 % vlastníků Kooperativy). Úvahy o propojení těchto dvou finančních skupin jsou stále častější a případná realizace podobné fúze by v Rakousku a celé střední Evropě vytvořila velmi silný subjekt. Je logické, že případná spolupráce by se nejprve testovala na menších projektech (odkup neživotního kmene Pojišťovny ČS v roce 2003), která by potvrdila ochotu ke spolupráci.

Konkrétní obchodní úspěchy

V roce 2005 se Kooperativě podařilo prodat 30 tisíc produktů ČS. Většinou šlo o penzijní připojištění, na konci roku pak také o stavební spoření. Podíl na celkové produkci znázorňuje níže uvedený graf. Tímto výkonem se Kooperativa stala pro ČS nejdůležitějším ziskatelem.

Graf č. 2: Podíl Kooperativy na celkovém prodeji penzijního připojištění PFČS za rok 2005



Zdroj: Prohlášení ředitele úseku spolupráce s FSČS Ing. Petra Müllera

Naproti tomu očekávání, vložená do ČS jako získatele standardních pojistných smluv neživotního pojištění, se bohužel nenaplnila. V současné době se podařilo neživotní produkty Kooperativy implementovat do mobilní sítě ČS, kde je vytvořen rámec pro jejich prodej.

Mobilní prodejní síť představuje alternativu pro každého klienta v celé šíři klientského spektra ČS, který z jakýchkoliv důvodů nemůže anebo nechce uzavírat bankovní obchody na pobočkách ČS. Hlavními výhodami této formy obsluhy pro klienta jsou především mobilita osobních poradců a nabídka komplexního finančního poradenství. ČS v rámci externí prodejní sítě vsadila na budování kvalitní sítě exkluzivních obchodních zástupců. Mobilní prodejní síť vnímá ČS jako svoji silnou konkurenční výhodu.

Vize do budoucna

Kooperativa se snaží neustále vymýšlet novou spolupráci, převážně v oblasti produktů. Zajímavý potenciál vidí u spojení jednorázového pojištění Renta s kreditní kartou¹¹. Jednání s ČS jsou ale dost nepružná a zdlouhavá.

2.3. Strategická partnerství na českém trhu

Většina subjektů poskytujících finanční služby si uvědomuje důležitost většího množství úspěšných prodejních kanálů. Tato skutečnost přiměla ke spolupráci v rámci strategického partnerství hned několik významných bankovních a pojišťovacích institucí.

- **GE Money Bank** v rámci poskytování komplexního finančního servisu zajišťuje pro své klienty ve spolupráci se svými strategickými partnery stavební spoření **Raiffeisen** stavební spořitelny, **ING** penzijní připojištění a životní i neživotní pojištění pojišťovny **Generali**.
- **Komerční banka** nabízí životní pojištění své dceřiné společnosti **Komerční pojišťovny** a neživotní pojištění pojišťovny **Allianz** (původně spolupracovala s BAWAG International CZ).

¹¹ Inspirací byl Kooperativě společný produkt České pojišťovny a e-banky.

- **Živnostenská banka** spolupracuje s životní pojišťovnou **Aviva**.
- **HVB Bank** vydává kreditní karty pro klienty pojišťovny **Generali a Winterthur** (dále např. pro klienty společností ČSA, Škoda, iDNES, Baťa).

2.4. Bankopojistné počiny největších českých bank

V ČR funguje 68 měnových finančních institucí.¹²

ČNB rozlišuje banky podle úhrnu jejich celkových aktiv a pasiv, tedy podle tzv. bilanční sumy, na tři základní skupiny:

- **Velké banky s bilanční sumou nad 100 mld. Kč**
Česká spořitelna, Československá obchodní banka, Komerční banka, HVB Bank
- **Střední banky s bilanční sumou 15 až 100 mld. Kč**
Dresdner Bank, Citibank, Calyon Bank, Česká exportní banka, Českomoravská hypoteční banka, Českomoravská záruční a rozvojová banka, GE Money Bank, Raiffeisenbank, Volksbank, Živnostenská banka
- **Malé banky s bilanční sumou pod 15. mld. Kč**
e-Banka, IC banka, Interbaka, J&T banka, První městská banka, Wüstenrot, Hypoteční banka

Třetinu českého trhu ovládají Česká spořitelna, ČSOB a Komerční banka. Zároveň to jsou subjekty s nejvíce rozvinutým konceptem bankopojištění. V následující části tyto instituce představím, uvedu jejich základní ekonomické údaje a postavení na trhu.

2.4.1. ČSOB a ČSOB Pojišťovna

Jako první se začala **bankopojištěním** zabývat **Československá obchodní banka** pod křídly svého majitele KBC Bank¹³, který ji v červnu 1999 úspěšně zprivatizoval a stal se jejím majoritním vlastníkem.

¹² Údaj ČNB k 28.2.2006.

Belgická KBC Bank je součástí skupiny KBC Banking and Insurance Group, která je prostřednictvím svých poboček a dceřiných společností přítomna jak na evropském, tak asijském a americkém trhu. Bankovní činnosti ve Skupině KBC byly integrovány do KBC Bank a činnosti v oblasti pojišťovnictví do KBC Insurance. KBC Banking and Insurance Group vytvořená v roce 1998 se specializací na **bankopojištění** je jednou z předních finančních institucí v Belgii a v současné době patří mezi nejziskovější nejen na belgickém trhu.

ČSOB je členem *Skupiny KBC Group NV*, která vznikla v březnu 2005 poté, co holdingová společnost KBC Bank and Insurance provedla akvizici společnosti Almanji.

TABULKA č. 5: Základní údaje o ČSOB

Ukazatel/Rok	2004	2003
Aktiva celkem (v mil. Kč)	613 281	606 480
Vlastní kapitál (v mil. Kč)	44 835	46 001
Čistý zisk (v mil. Kč)	6 816	6 240
Poměr nákladů k výnosům (v %)	61,6	67,2
Čistý výnos z úroků (v mld. Kč)	15,8	1,1
Počet bankomatů	524	488
Počet zaměstnanců	7 079	7 200

ZDROJ: Výroční zpráva ČSOB za rok 2004

Pozn. Poměr nákladů k výnosům je definovaný jako poměr provozních nákladů k provozním výnosům.

¹³ V tomto případě se už jedná o bankopojištění v pravém slova smyslu, v úvodu zmíněné počátky v roce 1994 IPB byli spíše první pokusy a přímo bankopojištěním bych ho nenazývala.

Postavení na trhu:

- Tržní podíl 29% činí ze Skupiny ČSOB nejvýznamnější subjekt na trhu;
- ČSOB je největším provozovatelem sítě platebních terminálů v ČR;
- ČSOB je druhým největším vydavatelem platebních karet v ČR;
- ČSOB je zároveň druhým největším vydavatelem čipových karet EMV standardu ve střední a východní Evropě.

Ocenění ČSOB:

- Anketa Zlatá koruna 2005, 3. místo za platební kartu VISA Elektron Chip;
3. místo za nejoblíbenější finanční produkt volen veřejností
(ČSOB Klíčový plán);
- Ocenění MasterCard banka roku 2005 – 3. místo, nejdůvěryhodnější banka roku 2005 – 3. místo, Firemní banka roku 2005 – nejlepší banka obsluhující firemní klientelu;

Koncepce bankopojištění hraje uvnitř ČSOB Finanční skupiny stále větší roli.

Jde o velice sofistikovanou formu spolupráce na našem trhu. Neexistuje zde klasický křížový prodej z důvodu administrativní náročnosti. Pokud by měl klient zájem o pojistný produkt vyvinutý přímo pojišťovnou, je tu k dispozici tzv. **Referenční business**, který realizují zaměstnanci pojišťovny.

Prodej pojistných produktů v bance funguje na základě **konceptu včleněných produktů – přímý bankopojistný produkt**. Pojistný produkt je vyvinut pouze pro banku a je přímou součástí bankovního produktu. Tendence ke včleňování pojistných produktů a k minimalizaci prodeje individuálních pojistných produktů přišla s legislativní úpravou¹⁴, která udává nutnost certifikace zprostředkovatelů pojištění. Školení zaměstnanců je velice nákladné a náročné, takže tato forma spolupráce, kdy je skupinová smlouva mezi bankou a pojišťovnou je nejsnadnější a logickým vyústěním situace. Každý zaměstnanec banky je v současné době schopen prodat asi 45 bankovních produktů, proto pojistné produkty jsou vyvinuty tak, aby byly maximálně jednoduché jak po prodejní, tak po administrativní stránce.

¹⁴ Zákon č. 38/2004 Sb. Zákon o pojišťovacích zprostředkovatelích a samostatných likvidátorech pojistných událostí.

V současnosti lze na přepážkách ČSOB koupit následující bankopojistné produkty:

1. **ČSOB Pojištění hypotéka**
 - **Pojištění nemovitosti**
 - **Pojištění domácnosti**
 - **Pojištění úvěru – Skupinová smlouva o rizikovém pojištění**
2. **ČSOB Spořicí program**
 - **Maximal Invest , Maximal, Maximal 60, Maximal 60 (Z)**
 - **Optimal Profit, Optimal, Optimal 60, Optimal 60 (Z)**
3. **Cestovní pojištění**
4. **Pojištění pro cesty do zahraničí k platebním kartám**
5. **Pojištění ztráty/krádeže platební karty**
6. **Pojištění dlužníků ze spotřebitelských úvěrů**
7. **Úrazové pojištění součástí dětského bankovního konta Slunce**
8. **Pojištění právní ochrany pro řidiče motorových vozidel – D.A.S.¹⁵**

2.4.2. Česká spořitelna a Pojišťovna České spořitelny

Dalším významným provozovatel bankopojištění je **Česká spořitelna** ve spolupráci se svou dceřinou společností **Pojišťovnou České spořitelny** (bývalá Živnostenská pojišťovna). Od roku 2000 je banka členem rakouské finanční skupiny Erste Bank. Na českém trhu působí rozsáhlá finanční skupiny ČS.

Pojišťovna ČS je v současnosti poskytovatelem pouze životního pojištění¹⁶ a to prostřednictvím pobočkové sítě ČS a vybraných externích sítí.

¹⁵ Jediný produkt křížového prodeje ve spolupráci s pojišťovnou D.A.S., jediným provozovatelem tohoto typu pojištění.

¹⁶ Z důvodu již zmiňovaného prodeje neživotního kmene pojišťovně Kooperativa, a.s.

TABULKA č. 6: Základní údaje o České spořitelně

Ukazatel/Rok	2004	2003
Aktiva celkem (v mil. Kč)	580 394	555 417
Vlastní kapitál (v mil. Kč)	38 279	34 408
Čistý zisk (v mil. Kč)	8 649	7 615
Poměr nákladů k výnosům (v %)	58	59,7
Čistý výnos z úroků (v mld. Kč)	17,306	15,874
Počet bankomatů	1071	1067
Počet zaměstnanců	11 805	12 786

ZDROJ: Výroční zpráva České spořitelny za rok 2004

Pozn. Poměr nákladů k výnosům je definovaný jako poměr provozních nákladů k provozním výnosům.

Postavení na trhu:

- Spravování účtu Evropské komise pro ČR;
- ČS je největší vydavatel platebních karet v ČR;
- ČS má největší počet klientů (5,3 mil.), bankomatů (1071) a vlastní největší síť poboček (647)¹⁷.

Ocenění České spořitelny:

- Zlatá koruna, Servis 24 – služba přímého bankovníctví, cena veřejnosti za Nejoblíbenější finanční produkt roku 2004 a roku 2005;
- Ocenění The Bank of the Year, v soutěži The Banker Awards 2004;
- Nejdůvěryhodnější banka, soutěž MasterCard Banka roku 2004 a roku 2005; 2. místo v hlavní ceně poroty za banku roku 2005;
- Hypoteční banka roku 2004 na základě hlasování obecné veřejnosti;

¹⁷ Údaje ke konci roku 2004.

- Zlatá koruna 2005, kategorie Univerzální bankovní produkt – 1. místo za Výhodný program a 3. místo za Program Student+, kategorie Podnikatelské účty 1. místo za Profit program.

V současné době jsou bankopojistné produkty Pojišťovny ČS:

1. **Flexi**
2. **Kapitál**
3. **Flexi Invest**
4. **Junior**
5. **Úvěrová životní pojištění CREDIT RISK, úvěrové životní pojištění HYPOTÉKA, úvěrové pojištění KVATRO**
6. **Rizikové životní pojištění pro případ smrti, rizikové životní pojištění velmi vážných onemocnění**
7. **Samostatné úrazové pojištění**
8. **Cestovní pojištění KOLUMBUS, KOLUMBUS ABONENT**
9. **Pojištění držitelů platebních karet ČS**

Na přepážkách se prodává i pojištění bytů, budov a staveb (produkty Kooperativy).

2.4.3. Komerční banka a Komerční pojišťovna

Mezi další významné bankovní subjekty našeho trhu patří Komerční banka, jako leader Finanční skupiny KB. Od října 2001 je většinovým vlastníkem francouzská Société Générale.

Důležitým krokem pro budoucí strategické zaměření společnosti na oblast životního pojištění byl prodej pojistného kmene havarijního pojištění vozidel a pojištění odpovědnosti za škodu způsobenou provozem vozidla pojišťovně Kooperativa. Hlavní činností Komerční pojišťovny se stalo využití synergického efektu spolupráce mateřské a dceřiné společnosti a prodej zjednodušených pojišťovacích produktů přizpůsobených potřebám klientů banky, výhradně přes prodejní síť Komerční banky. Proto také v prvním pololetí roku 2003 došlo k rozpuštění stávající sítě poboček a prodejců KP. Současný klient KP tak začal mít nově k dispozici svého osobního poradce na pobočce KB, který

slouží k poskytnutí komplexního finančního servisu nejen v oblasti pojištění, ale je schopen také nabídnout vhodné doplňující bankovní produkty. Společnost se i nadále zaměřuje na zvýšení ziskovosti jednotlivých produktů a na dosažení výrazných úspor provozních nákladů, zejména při administraci pojištění.

TABULKA č. 7: Základní údaje o Komerční bance

Ukazatel/Rok	2004	2003
Aktiva celkem (v mil. Kč)	448 209	451 397
Vlastní kapitál (v mil. Kč)	43 707	40 399
Čistý zisk (v mil. Kč)	9 302	9 262
Poměr nákladů k výnosům (v %)	51,9	53,8
Čistý výnos z úroků (v mld. Kč)	12,763	11,937
Počet bankomatů	555	519
Počet zaměstnanců	7 855	8 683

ZDROJ: Výroční zpráva Komerční banky za rok 2004

Pozn. Poměr nákladů k výnosům je definovaný jako poměr provozních nákladů k provozním výnosům.

Postavení na trhu:

- Jako první soukromá banka v ČR umožňuje klientům využít služeb nezávislého ombudsmana
- KB je největším vydavatelem čipových karet EMV standardu ve střední a východní Evropě

Ocenění České spořitelny:

- Ocenění banka roku 2005, MasterCard Banka roku¹⁸, 2. místo v kategorii nejdůvěryhodnější banka roku, 2. místo účet roku – Gaudeamus;
- Zlatá koruna 2005 – kategorie hypotéky 2. místo (Klasik Plus), platební karty 2. místo (Čipový ATM), elektronické bankovníctví 2.místo (moje banka), podnikatelské účty 2. místo (Optimum), podnikatelské úvěry 1. místo (Služební kreditní karta).

V současnosti lze na přepážkách KB zakoupit následující bankopojistné produkty:

- 1. Rizikové životní pojištění k hypotečnímu úvěru**
- 2. Kolektivní pojištění ke spotřebitelským úvěrům**
- 3. Spořicí životní pojištění – Vital Grant, Vital Junior, Vital Renta, Vital Plán**
- 4. Úrazové pojištění k běžnému účtu – PATRON, PROFI PATRON**
- 5. Cestovní pojištění součástí platebních karet KB**
- 6. Pojištění ztráty a zneužití platební karty, hotovosti, klíčů a osobních dokladů – MERLIN, PROFI MERLIN**

Na přepážkách se dále prodává pojištění odpovědnosti za škodu způsobenou provozem vozidla a pojištění majetku (produkty Allianz).

¹⁸ Ocenění MasterCard Banka roku získala KB již potřetí.

3. Stávající produkty bankopojištění na českém trhu

V předchozí kapitole jsem představila tři nejvýznamnější bankopojistitele, jejich základní ekonomické ukazatele a postavení na trhu. V této kapitole představím nabídku bankopojistných produktů, popíši stručně jejich základní parametry a úspěšnost prodeje. V následující kapitole provedu srovnání nabídek a pokusím se odhadnout vývojové tendence nejen produktové nabídky.

3.1. ČSOB

ČSOB je velmi důležitá pro prodej pojištění v rámci ČSOB finanční skupiny. Banka se podílí na celkovém předepsaném pojistném 24,63% (835,2 mil. Kč) za rok 2004.

V objemu nových obchodů za rok 2005 v oblasti životního pojištění dokonce zaujímá

1. pozici s předepsaným pojistným ve výši 1,3 mld. Kč, pojišťovna je na druhém místě s předepsaným pojistným ve výši 500 mil. Kč. Avšak nové obchody v oblasti neživotního pojištění tvoří banka jen z 5% předepsaného pojistného.

Důvodem by mohlo být přelévání finančních prostředků z termínovaných vkladů na tyto produkty krátkodobého investičního životního pojištění.

***Tabulka č.8 : Přínos ČSOB v předepsaném pojistném
(v mld. Kč)***

Rok	Objem předepsaného pojistného
2005	1,5
2004	1,22

Zdroj: MIS-Media, interní výkaz ČSOB

Bezesporu mezi nejúspěšnější produkty na přepážkách bank patří jednorázově placené životní pojištění, pro které plán na rok 2006 představuje 1,5 mld. Pro srovnání plán pro běžně placené životní pojištění činí jen 50 mil. Kč (nejčastěji prodávané u spotřebitelských a hypotečních úvěrů).

Banka je právem hrdá na nárůst propojištěnosti embosovaných platebních karet o 20% v období 1/2005-1/2006. Zároveň propojištěnost úvěrů v současné době činí dokonce 85%.

Důkazem uváděných dat je nárůst předepsaného pojistného ČSOB Pojišťovny, které v sobě zahrnuje i prodejní kanál banky.

Tabulka č. 9 : Předepsané pojistné ČSOB Pojišťovny
(v mil. Kč)

Kmen/Rok	2001	2002	2003	2004
Životní pojištění	15	3 384	3 217	3 389
Neživotní pojištění	440	2 141	2 810	2 668

Zdroj: ČAP

3.1.1. Produkty, jejich základní parametry a úspěšnost

1. ČSOB Pojištění hypotéka

Ke všem hypotékám je v ČSOB od roku 2005 standardně nabízeno pojištění ve spolupráci s ČSOB Pojišťovnou, jedná se o:

- **Pojištění nemovitosti** – kryje živelná rizika a odpovědnost z držby/vlastnictví nemovitosti,
- **Pojištění domácnosti** – kryje škody vzniklé v rámci běžného občanského života,
- **Pojištění úvěru – skupinové životní pojištění k hypotečním úvěrům** – v případě úmrtí nebo invalidity pojištěného doplatí pojišťovna zbývající dlužnou částku.

Zajímavé je, že pokud si klient sjedná 2 ze 3 zmiňovaných pojištění, může dostat slevu na úroku z úvěru až 10 procentních bodů, pokud si nechá posílat výplatu na účet v ČSOB (v případě zřízeného běžného účtu u ČSOB), může získat další slevu a to až 15 procentních bodů.

V roce 2004 se podařilo uzavřít pojištění staveb nebo domácností u 56% smluv na ČSOB Hypotéku, rizikové životní pojištění pokrylo 45% poskytnutého objemu hypotečních úvěrů.

2. ČSOB Spořicí programy – investiční životní pojištění a klasická kapitálová životní pojištění

Následující pojistné produkty vyvinuté jen pro prodej na přepážkách bank.

A) Jednorázově placená životní pojištění

▪ **Maximal Invest** – Investiční životní pojištění za jednorázové pojistné (min. 30 000 Kč). Tento produkt byl uveden na trh v roce 2004 s cílem umožnit klientům kombinovat investování do zajištěného fondu s životním pojištěním. Fixní doba spoření je 5 let a 1 měsíc, minimální zhodnocení je 6% za celou dobu trvání pojištění a horní hranice zhodnocení je neomezená. Zajímavé je, že minimální zhodnocení za 1 rok nečiní ani TÚM 2,4%. Na druhou stranu u většiny investičních pojištění není garantované žádné zhodnocení.

V případě invalidity, vážné nemoci nebo úmrtí v prvním roce spoření je vyplacena aktuální naspořená částka (zahrnující aktuální výnos). Tento produkt není určen pro daňovou optimalizaci. Klient si může zvolit investiční strategii - v nabídce jsou následující fondy:

- *Dynamický*
- *Konzervativní*
- *Růstový*
- *Vyvážený*

**Tabulka č.10 : Vývoj prodeje nejúspěšnějšího bankopojistného produktu MAXIMAL
INVEST
(v mil. Kč)**

Rok	Objem předepsaného pojistného
2006 (Plán)	1 500
2005	1 100
2004 (Uvedení na trh)	300

Zdroj: MIS-Media, interní výkaz ČSOB

▪ **Optimal Profit** – Jde o produkt klasického kapitálového životního pojištění s jednorázovým vkladem v min. výši 100 000 Kč a s garantovaným minimálním výnosem ve výši 2,5% ročně, a to po celou dobu trvání pojištění – 5 let (lze po uplynutí automaticky prodloužit). Je možné dodatečně vkládat mimořádné úložky od 10 000 Kč. V případě invalidity nebo vážné nemoci klient dostane vyplacenou aktuální naspořenou částku. Tento produkt také není určen pro daňovou optimalizaci.

V roce 2004 banka uzavřela celkem 2,5 tisíce nových smluv Maximal Invest a Optimal Profit s celkovým předepsaným pojistným více než 670 mil. Kč. To představuje nárůst v jednorázovém životním pojištění o 148% oproti roku 2003. Zároveň banka vykazuje největší objem prodeje produktů typu investičního životního pojištění v regionu střední Evropy v rámci KBC Group.

B) Běžné placená životní pojištění

Umožňují sjednání životního pojištění s pojistnou částkou až na 1 milion Kč, a to bez zdravotní prohlídky či předkládání zdravotní dokumentace. Pojistné krytí se vztahuje na:

- *trvalou plnou invaliditu následkem úrazu (zdarma)*
- *trvalou plnou invaliditu následkem nemoci*
- *vážné nemoci*
- *úmrtí*

Zhodnocování investovaných prostředků je garantováno TÚM ve výši 2,4%. Je zde možnost využít 36 měsíců platebních prázdnin.

- **Maximal** - Investiční životní pojištění za běžné pojistné

umožňuje klientovi volbu fondu pro investování prostředků pojistného, avšak bez garance minimálního zhodnocení ze strany pojistitele.

S možností zahrnutí jakéhokoli výše uvedeného pojistného krytí. Možnost ukončení pojištění je po 5 letech trvání pojištění bez zvláštních sankcí.

- **Maximal 60** – má shodné parametry s produktem

Maximal, jediný rozdíl je v možnosti odpisu pojistného z daňového základu ve výši až 12 000 Kč ročně při splnění dvou podmínek:

- *Trvání pojištění min. 5 let*
- *Dosažení 60 let věku pojištěného*

- **Maximal 60 (Z)** – má stejné podmínky jako produkt

Maximal 60, plátcem pojistného je ale zaměstnavatel.

- **Optimal** – Jde o klasické kapitálové životní pojištění, kdy

má klient garantován minimální výnos ve výši 2,4% z investovaných prostředků ročně s možností zahrnutí jakéhokoli výše uvedeného pojistného krytí. Klient smí ukončit pojištění po 5 letech trvání pojištění bez zvláštních sankcí.

- **Optimal 60** - má shodné parametry s produktem

Optimal, jediný rozdíl je v možnosti odpisu pojistného z daňového základu ve výši až 12 000 Kč ročně při splnění dvou podmínek:

- *Trvání pojištění min. 5 let*
- *Dosažení 60 let věku pojištěného*

- **Optimal 60 (Z)** - má stejné podmínky jako produkt

Optimal 60, plátcem pojistného je ale zaměstnavatel.

3. Cestovní pojištění – základem sjednání tohoto produktu je pojištění

léčebných výloh v zahraničí, které zahrnuje úhradu nezbytných nákladů na ošetření pojištěného v důsledku úrazu či akutní nemoci.

Tohoto pojištění bylo na přepážkách bank sjednáno za minulý rok asi za 80 mil. Kč.

4. Pojištění pro cesty do zahraničí k platebním kartám – toto pojištění je volitelné a proto je zpoplatněné.

ČSOB nabízí pojištění pro cesty do zahraničí jako součást některých embosovaných karet jak pro držitele karet, tak pro rodinné příslušníky bez omezení délky pobytu v zahraničí a bez nutnosti aktivace karty platební transakcí. Tyto služby se vztahují na zpoždění letu o více než 8 hodin nebo jeho zrušení, zpoždění zavazadel, ztrátu zavazadel přepravcem, ztrátu dokladů a předcestovní asistenci, která spočívá v poskytnutí nezbytných informací o zemi pobytu.

5. Pojištění ztráty/krádeže platební karty

ČSOB nabízí celkem 4 varianty pojištění lišící se pojistnými částkami. Její nabídka je zajímavá tím, že nabízí nejvyšší pojistné krytí 200 000 Kč v rámci své varianty Extra. Pojištění se vztahuje i na poplatky spojené se zablokováním karty a vydáním karty nové. Stinnou stránkou pojištění je fakt, že pojištění kryje pouze jednu pojistnou událost. To znamená, že pokud dojde ke zneužití karty a její klient si přeje být pojištěn i nadále, musí zaplatit znovu pojistné. Banka nabízí toto pojištění ke všem platebním kartám a ručí za vzniklé škody do 24 hodin před telefonickým nahlášením ztráty karty.

6. Pojištění dlužníků ze spotřebitelských úvěrů

Klient se může nechat pojistit ihned v bance při sjednání spotřebitelského úvěru, jehož minimální výše musí činit minimálně 20 000,- Kč. Jedná se o univerzální a velmi jednoduchý pojistný produkt. Kryje pouze riziko plné a trvalé invalidity následkem úrazu nebo nemoci vzniklých nejdříve v den počátku pojištění. Pojistné plnění je vždy použito k zajištění závazku formou vinkulace ve prospěch věřitelské banky ČSOB. Je uzavíráno bez zdravotního dotazníku. Pojistné se stanoví jako 1/12 z 1% poskytnutého úvěru.

7. Úrazové pojištění součástí dětského bankovního konta Sluně

Je určeno dětem ve věku od 0-15 let pro usnadnění jejich prvních kroků do života a zároveň je učí hospodařit s penězi. Volitelnou součástí je úrazové pojištění za 15 Kč měsíčně. Pojistné krytí obsahuje trvalé následky úrazu s progresivním plněním již od 1% až do výše 600 000 Kč, u dopravní nehody dvojnásobné pojistné plnění až do výše 1 200 000 Kč.

8. Pojištění právní ochrany pro řidiče motorových vozidel – D.A.S.

Toto pojištění má za úkol pomáhat pojištěnému při prosazování jeho právních zájmů a nést riziko vzniklých nákladů, popřípadě je zmírnit. Pojištění se vztahuje na všechny pojistné události, jež nastaly v evropských státech, středozezemních ostrovních státech a státech sousedících se středozezemním mořem a které podléhají pravomoci soudů v těchto oblastech. Platnost pojištění je samozřejmě i na území ČR.

Následující tabulka ukazuje nejúspěšnější produkty prodané na přepážkách ČSOB v roce 2005.

Tabulka č.11 : Předepsané pojistné za jednotlivé produkty bankopojištění (pouze ČSOB)
za rok 2005
(v tis. Kč)

Produkt	Předepsané pojistné
Pojištění dlužníků ze spotřebitelských úvěrů pro FO	20 422
Pojištění ztráty/krádeže platební karty	1 283 223
Pojištění domácnosti	38 420
Pojištění hypotéka	134
Životní pojištění placené běžně	25 575
Životní pojištění placené běžně	5 261
Jednorázové životní pojištění	120 909
Jednorázové životní pojištění	1 042 964
Cestovní pojištění	80 000

Zdroj: MIS-Media, interní výkaz ČSOB

Pozn. Balíček hypotéka byl v prodeji až od 8/2005.

3.2. Česká spořitelna

Česká spořitelna je vedle externích zprostředkovatelů jediným prodejním kanálem Pojišťovny ČS. Pojišťovna se spoléhá na stálé častější doplňování některých vybraných produktů ČS. Klienti očekávají, či přímo vyžadují komplexnost finanční služby.

Obrovskou obchodní příležitostí pro pojišťovnu bylo rušení anonymních vkladních knížek v roce 2002 z důvodu větší ochrany proti „praní špinavých peněz“, na kterých bylo uložena přibližně 120 miliard Kč. Tyto vklady se od ledna 2003 neúročí. Přesto, že lidé mají čas na zrušení knížek do konce roku 2012, bylo již 114 miliard vybráno. Na šikovnosti a schopnostech přepážkových pracovníků závisel prodej pojistných spořicíh produktů. Na druhou stranu banka dle svých zástupců na konverzi i prodělává. Jednorázově zaplatila 500 milionů korun na vybudování zvláštních přepážek, propagaci či odliv části vkladů. Faktem zůstává, že zatím nevybrané vklady nemusí dále úročit, což přináší zajímavé úspory.

Vývoj předepsaného pojistného v tabulce skutečně poukazuje na zvýšené předepsané pojistné v době rušení anonymních knížek, ale potenciál byl několikanásobně vyšší.

V roce 2003 byl uzavřen rekordní počet smluv 915 669, proti roku 2002 je to nárůst o 8%.

V dalším roce už se podařilo sjednat pouze 398 871 nových smluv.

Jak už jsem zmínila v předchozí kapitole, Kooperativa na konci roku 2003 odkoupila kmen neživotního pojištění Pojišťovny ČS, což se odrazilo v předepsaném pojistném za rok 2004. V oblasti životního pojištění mělo předepsané pojistné růstovou tendenci až do roku 2003, poté následoval pokles o 15%.

Tabulka č.12 : Předepsané pojistné Pojišťovny ČS

(v mil.. Kč)

Kmen/Rok	2001	2002	2003	2004
Životní pojištění	1 041	3 546	3 817	3 266
Neživotní pojištění	2 618	2 736	3 121	628

Zdroj: ČAP

3.2.1. Produkty, jejich základní parametry a úspěšnost

1. Flexi

Toto univerzální životní pojištění nabízí kombinaci komplexního pojištění a spoření s možností individuální volby mezi výší podílu spoření a pojištění rizik. Jde o běžně placený produkt, který se pružně přizpůsobuje měnícím se životním podmínkám klienta. Při splnění podmínek daných zákonem lze uplatnit daňové odpočty. Flexi lze též sjednat s příspěvkem zaměstnavatele. Smlouvu je možné uzavřít na jednu nebo dvě dospělé osoby a až na pět připojištěných dětí.

2. Kapitál

Tento produkt kapitálového životního pojištění slouží ke zhodnocení jednorázového vkladu. U tohoto pojištění je garantováno zhodnocení vložených prostředků (TÚM 2%), poskytuje základní pojistnou ochranu a možnost uplatnění daňových odpočtů od daně z příjmu.

Při sjednání tohoto pojištění mají klienti možnost získat u ČS za zvýhodněných podmínek *kreditní kartu MC Partner Kredit+*.

3. Flexi Invest

Jedná se o produkt investičního životního pojištění, který spojuje komplexní životní pojištění s výhodami investování do podílových fondů. Klient si může volit jednak mezi výší podílu spoření a pojištění rizik, tak mezi velikostí objemu prostředků, které si vloží do jednotlivých investičních programů, dle aktuální situace na finančních trzích (akciových či dluhopisových). Samozřejmostí zůstává průběžné přizpůsobování se pojistné smlouvy měnícím se podmínkám klienta.

V současné době lze využít tří programů:

- *stabilní*
- *dynamický*
- *akciový*

I u tohoto produktu lze využít daňových odpočtů.

4. Junior

V tomto případě jde o kapitálové životní pojištění, které představuje jednoduchý prostředek pro obdarování nebo podporu vlastních, či blízkých dětí a zajištění dětí v případě tragické události v rodině. Jedná se o výnosnou a přitom bezpečnou investici. Součástí produktu je široce pojaté úrazové pojištění.

5. Úvěrové životní pojištění CREDIT RISK

Úvěrové životní pojištění slouží k zajištění úvěru pro případ smrti. Je doporučováno pro všechny typy hypotečních úvěrů a ostatních úvěrů pro fyzické osoby. V případě pojistné události, uhradí pojišťovna za klienta splátky nebo nesplacenou výši úvěru, včetně úroků. Pojistná sazba činí 1 Kč měsíčně na 1 000 Kč poskytovaného úvěru. Pojištění lze uzavřít bez zdravotního vyšetření klienta a může trvat až do 70 let pojištěného.

6. Úvěrové životní pojištění HYPOTÉKA

Jedná se o pojištění nesplaceného zůstatku hypotečního úvěru dlužníka uzavírané ve prospěch banky, která poskytla úvěr. Pojištění se sjednává pro případ smrti, volitelně lze do pojistného krytí zahrnout zproštění od placení v případě velmi vážných onemocnění, invalidity a dlouhodobé pracovní neschopnosti z důvodu úrazu nebo nemoci. V případě, že je pojištěnému v průběhu trvání pojištění přiznán plný invalidní důchod z důvodu úrazu nebo nemoci, vyplácí pojišťovna 12 měsíčních splátek úvěru od data přiznání invalidního důchodu. Při následném potvrzení trvání plného invalidního důchodu je vyplacena částka ve výši celého zbývajících nesplaceného zůstatku úvěru, nejvýše však do výše sjednané pojistné částky.

V případě pracovní neschopnosti pojištěného trvajících alespoň 29 dnů vyplatí pojišťovna plnění ve výši měsíční splátky úvěru za každý kalendářní měsíc trvání pracovní neschopnosti, a to do výše maximálně 11 splátek.

Pojištění lze uzavřít na základě jednoduchého zdravotního dotazníku, tzn. bez nutnosti návštěvy lékaře, pro pojistné částky až do 2,5 milionu Kč.

7. Úvěrové pojištění KVATRO

Tento produkt je sjednáván k úvěrům od Stavební spořitelny ČS. Zajišťuje splácení úvěru v případě:

- *dlouhodobé pracovní neschopnosti*
- *plné invalidity*
- *ztráty zaměstnání*
- *úmrtí*

Toto pojištění je konstruováno velice jednoduše a je přímou součástí smlouvy se Stavební spořitelnou ČS, proto se nemusí sjednávat vinkulace pojistného plnění. Není nutné absolvovat lékařskou prohlídku.

Veškeré úhrady spojené s udržováním pojištění a splátkami úvěru jsou v rámci jedné platby.

8. Rizikové životní pojištění pro případ smrti

Jedná se o pojištění pro případ smrti s výplatou sjednané pojistné částky bez podílů na výnosech. Pojistná částka je splatná k datu úmrtí při smrti pojištěného v době trvání pojištění. Dožije-li se pojištěný dne, kterým pojištění končí, zaniká pojištění bez náhrady.

9. Rizikové životní pojištění velmi vážných onemocnění

Jde o pojištění pro případ smrti nebo velmi vážných onemocnění (infarkt myokardu, rakovina, náhlá cévní mozková příhoda, totální ledvinové selhání, nitrolební nádor, transplantace životně důležitých orgánů, operace aorty, slepota, hluchota, koma, paraplegie, tetraplegie a demence včetně Alzheimerovy choroby) s výplatou sjednané pojistné částky. Pojistná částka je splatná k datu úmrtí pojištěného v době trvání pojištění nebo k datu potvrzené lékařské diagnózy velmi vážných onemocnění, resp. k datu provedení operace velmi vážných onemocnění u pojištěného v době trvání pojištění. Dožije-li se pojištěný dne, kterým pojištění končí, zaniká pojištění bez náhrady.

10. Samostatné úrazové pojištění

Je určené dospělým či dětem, klient si volí rozsah pojištění z následujících variant:

- *Smrt následkem úrazu*
- *Trvalé následky úrazu*
- *Denní odškodné, vč. hospitalizace*
- *Pracovní neschopnost z důvodu nemoci*

11. Cestovní pojištění KOLUMBUS

Tento produkt poskytuje komplexní cestovní pojištění pro cesty v tuzemsku i zahraničí pro výjezdy s trváním až 366 dnů a lze v něm kombinovat různá pojistná krytí:

- *Léčebné výlohy v zahraničí*
- *Úrazové pojištění*
- *Pojištění zavazadel pojištění odpovědnosti za škodu*
- *Dodatkové pojištění pro případ zrušení účasti na zájezdu*

12. Cestovní pojištění KOLUMBUS ABONENT

Toto cestovní pojištění je určeno pro krátkodobé opakované výjezdy do zahraničí s maximální dobou jednoho výjezdu 90 dnů. Slouží jak ke služebním, tak i k turistickým cestám. Je možné sjednat stejná pojistná krytí jako u cestovního pojištění KOLUMBUS s výjimkou dodatkového pojištění pro případ zrušení účasti na zájezdu.

13. Pojištění držitelů platebních karet ČS

Držiteli mezinárodní karty je nabídnuto, zda chce kartu bez cestovního pojištění (kromě Business a Gold – kdy je pojištění v ceně karty), kartu s cestovním pojištěním pro jednotlivce nebo zda chce kartu pro jednotlivce s pojištěním rodinných příslušníků. Pojistné krytí začíná okamžikem přechodu hranic z České republiky nebo okamžikem nastoupení do letadla při přeletu hranic ČR. Nejdéle však uplynutím 90. dne od nástupu na cestu a uplynutím platnosti karty, ke které je pojištění sjednáno.

Pojistné plnění se vztahuje na smrt následkem úrazu či na úraz s následkem trvalé invalidity nebo smrti, který nastal:

- **ve veřejných dopravních prostředcích**
- **při oficiálně registrovaném letu**
- **při protiprávním jednání namířeném proti pojištěnému**
- **při přímém působení přírodních živlů**
- **při použití bezpečnostního pásu při jízdě osobním automobilem**
- **denní odškodné za hospitalizaci z důvodu úrazu.**

Pojistné plnění se liší dle příčiny vzniku pojistné události. Nejvyšší PP je v případě úrazu ve veřejném dopravním prostředku (750 000,- Kč) a nejnižší plnění je v případě smrti následkem úrazu (50 000,- Kč).

Komerční banka

Prioritou číslo jedna Komerční pojišťovny je efektivní využívání silného potenciálu u klientské základny Komerční banky. KB investovala spoustu finančních prostředků do aktivní implementace nového provozního systému, který má dokonale pokrývat všechny druhy aktivit – od sjednání pojistné smlouvy na pobočce KB až k administraci pojistné smlouvy.

Společné postupy KB a KP byly prohloubeny i za účelem úspory nákladů, především v oblasti marketingu, reklamních aktivit, zásobování výpočetní technikou, zákaznických listů a kancelářského vybavení.

V roce 2004 bylo na přepážkách bank sjednáno 350 000 nových pojistných smluv.

Během tohoto roku také začala KB automaticky nabízet všem novým majitelům kreditních karet VISA pojištění neschopnosti splácet tento úvěr v případě smrti, ztráty zaměstnání nebo při trvalé invaliditě.

KP uzavřela smlouvu se společností ESSOX s.r.o., která patří do skupiny KB a mimo jiné poskytuje i spotřebitelské úvěry. KP na základě této smlouvy poskytuje klientům ESSOXU pojistné krytí při neschopnosti splácet spotřebitelský úvěr v případě smrti, ztráty zaměstnání nebo při trvalé invaliditě.

Následující tabulka ukazuje vývoj předepsaného pojistného Komerční pojišťovny od roku 2001 do roku 2004. V roce 2002 prodala KP kmen neživotního pojištění Kooperativě, z tohoto důvodu je velký skok v předepsaném pojistném za neživotní pojištění v letech 2003 a 2004.

Tabulka č.13 : Předepsané pojistné Komerční pojišťovny
(v mil.. Kč)

Kmen/Rok	2001	2002	2003	2004
Životní pojištění	1 030	1 013	3 019	2 826
Neživotní pojištění	1 537	1 336	203	169

Zdroj: ČAP

3.3.1. Produkty, jejich základní parametry a úspěšnost

1. Rizikové životní pojištění k hypotečnímu úvěru

Jde o typický produkt sloužící k zajištění hypotečního úvěru, který představuje ochranu v tragických životních situacích (smrt či úplná a trvalá ztráta soběstačnosti) a zároveň při jeho sjednání KB poskytuje sníženou úrokovou sazbu úvěru.

Pojistná částka, která odpovídá výši úvěru klesá spolu s jeho splácením, tomu odpovídá i cena pojištění.

3. Kolektivní pojištění ke spotřebitelským úvěrům

Při sjednání spotřebitelského úvěru nebo „perfektní půjčky“ (zvýhodněný finanční produkt KB) v min. výši 30tis. Kč a max. 500 tis. Kč je klient Komerční banky automaticky zařazen do kolektivního pojištění ke spotřebitelským úvěrům bez povinnosti hradit pojistné a to pokud odpovědi z dotazníku, který vyplňuje při zřizování spotřebitelského úvěru, odpovídají pojistně technickým zásadám pro přijetí do pojištění. Pojišťovna KB má právo klienta na základě vyhodnocení vyplněného dotazníku do tohoto bezplatného pojištění nepřijmout. Poté má klient možnost sjednat si buď rizikové životní pojištění nebo zůstat bez pojistné ochrany.

Pojistná ochrana nastává následující den po dni prvním čerpání poskytnutého úvěru a obsahuje:

- pojištění pro případ **smrti**
- pojištění pro případ **plné invalidity**,
- pojištění pro případ **pracovní neschopnosti**
- pojištění pro případ **ztráty zaměstnání**.

V případě úmrtí pojištěného uhradí pojišťovna výši nesplacené jistiny oprávněné osobě, kterou je v tomto případě Komerční banka a tím pro pozůstalé osoby zajištěné před nutností splácet úvěr.

4. Spořicí životní pojištění – kapitálové životní pojištění

Komerční banka nabízí pouze produkt určený pro spoření, u kterého nejsou možná žádná připojištění - **VITAL PLÁN**.

Jde o klasické životní pojištění, které má klientovi umožnit získat za výhodných podmínek kapitál pro realizaci střednědobých cílů a vytváří dostatečné finanční prostředky pro pokrytí potřeb. Je to vhodný produkt pro zhodnocení prostředků a zároveň umožňuje využít daňových úspor. V Evropské unii jsou tyto způsoby dlouhodobé akumulace kapitálu díky své flexibilitě stále častější a stává se běžným prostředkem pro tvorbu finančních rezerv na koupi předmětů dlouhodobé spotřeby např. koupi domu a jeho zařízení, koupi rekreačního objektu nebo automobilu. U tohoto produktu získává obmyšlený v případě smrti nebo smrti úrazem pojištěného navýšené pojistné plnění.

V případě smrti obdrží obmyšlená osoba naspořený kapitál včetně podílů na výnosech pojišťovny a navíc 2,5% - 10% z naspořené hodnoty kapitálu. V případě smrti následkem úrazu obdrží obmyšlená osoba naspořený kapitál včetně podílů na výnosech pojišťovny a navíc 15% z naspořené hodnoty kapitálu.

Pojištění se sjednává na min. pojistnou dobu 5 let na základě smlouvy o kapitálovém životním pojištění. Minimální pravidelné vklady mohou být uskutečněny jednorázově –

5 000 Kč, měsíčně 300 Kč, čtvrtletně 900 Kč, pololetně 1 800 Kč nebo ročně 3 600 Kč. Lze využít i možnosti vložení mimořádných vkladů kdykoli v průběhu smlouvy v minimální výši 5 000 Kč. Na konci každého roku je vypočtena prémie v závislosti na hospodářském výsledku min. však 2,4% (garance na dané 5leté období), o kterou je každoročně zvýšena cílová částka. V případě, že pojistník nechce využít daňových výhod, je mu umožněno vybírat hodnotu pojistného účtu až do výše 90%. Produkt je univerzální, nerozlišuje pohlaví pojistníka ani věk vstupu do pojištění.

KB nabízí dle jednotlivých životních etap klienta jednotlivé produkty:

- **VITAL JUNIOR** – slouží k zajištění dětí, spoření dětem na jazykové kurzy či studia v zahraničí nebo k usnadnění vstupu dětí do vlastního života. Minimální měsíční vklad u tohoto produktu je již od 300 Kč měsíčně.
- **VITAL GRANT** – pojištění pro případ smrti, plné invalidity nebo dožití. Je určeno především rodinám pro kompenzaci nečekaného snížení rodinných příjmů v důsledku nenadálé životní situace.
- **VITAL RENTA** – účelem tohoto produktu je zajištění životního standardu i po odchodu do důchodu.

Veškeré produkty VITAL lze sjednat i za jednorázové pojistné.

V prvním pololetí roku 2004 prodala KB 24 000 produktů VITAL s celkovým předepsaných pojistným 1,4 mld. Kč.

5. Úrazové pojištění k běžnému účtu – PATRON

Jde o úrazové pojištění spojené s běžným korunovým účtem v KB fyzických osob ve věku 18-65 let, které pomůže v případě úmrtí úrazem rodině pojištěného čelit okamžitým výdajům v těžké životní situaci. Má za úkol nahradit průměrný roční příjem živitele rodiny, pojištěného a měla by jim pomoci zachovat si odpovídající životní úroveň. Pojištění se sjednává na rok s možností automatického pokračování až do 74. roku pojištěného. Pojistné plnění je poskytnuto do 48 hodin ve výši 20tisíc Kč a do dobu

jednoho roku nahradí pravidelný měsíční příjem, který pojištěný pobíral ve svém zaměstnání. Dle očekávaných příjmů na běžný účet se zvolí varianta pojištění, která nejlépe bude vystihovat jejich výši.

6. Úrazové pojištění k podnikatelskému účtu – PROFI PATRON

Je úrazové pojištění navázané na podnikatelský běžný účet v KB, které v případě smrti pojištěného úrazem vyplácí jeho rodině rok náhradu příjmů.

7. Cestovní pojištění součástí platebních karet KB

KB má v nabídce spoustu speciálních pojistných programů k jednotlivým druhům karet. Jako jediná banka v ČR nabízí mezinárodní platební kartu AMERICAN EXPRESS CARD (roční poplatek od 700-5 000 Kč), ke které poskytuje komplexní pojistný program s výjimečně vysokými limity pojistného krytí ve výši

5 milionů Kč pro případ hospitalizace a pojištění odpovědnosti za škodu až do výše

1,4 mil. Kč. Veškerá pojištění se vztahují i na rodinné příslušníky.

8. Pojištění ztráty a zneužití platební karty, hotovosti, klíčů a osobních dokladů – MERLIN

Toto pojištění chrání klienty proti následkům zneužití platební (debetní i kreditní) karty v případě jejich ztráty nebo krádeže. Kryje navíc riziko výběru hotovosti vybrané platební kartou a dokonce náklady na nové osobní doklady a klíče.

Nejenže chrání před neoprávněnými transakcemi před stoplistací a všem neelektronickými transakcemi provedeným do půlnoci dne stoplistace, ale vztahuje se i na poplatky za stoplistaci a vydání náhradní karty.

Roční pojistné činí 276,- Kč a pojistná ochrana je celosvětová.

9. PROFI MERLIN

Tento produkt je určen pro ty, kteří nosí tržbu do banky ve větších obnosech a zároveň u nich hrozí zneužití platební karty při ztrátě či krádeži.

Za 9 měsíců v roce 2004 se na pobočkách KB prodalo si koupilo toto pojištění 90 tisíc klientů.

Nejprodávanějšími produkty v roce 2004 byly produkty spořicího životního pojištění, což dokazuje následující tabulka struktury předepsaného pojistného.

Tabulka č.14 : Struktura předepsaného pojistného Komerční pojišťovny za rok 2004
(v %)

Pojistný produkt	Podíl na předepsaném pojistném
Pojištění VITAL	82,5
Další produkty životního pojištění	9,3
Pojištění úvěrů	2,4
Cestovní pojištění	3,7
Ostatní pojistné produkty	2,1

Zdroj: Výroční zpráva Komerční pojišťovny za rok 2004

4. Mezery na trhu a vývojové tendence

Kompletní přehled bankopojistných produktů našich 3 nejvýznamnějších bankopojistitelů jsem představila v předchozí kapitole. Nyní se pokusím nabídku zhodnotit, porovnat, upozornit na mezery na trhu a odhadnout vývojové tendence.

Dále ukáži trend vývoje potřeb a nároků klienta. V závěru kapitoly se zaměřím na zhodnocení českého pojistného trhu za minulý rok zároveň s výhledy a přísliby do budoucna.

4.1. Srovnání nabídek nejvýznamnějších bankopojistitelů a předpokládaný směr vývoje

Nabídka **ČSOB** zahrnuje velice sofistikované produkty, které v sobě dokonale kombinují finanční a pojistný produkt, zároveň klientovi umožňují cenové zvýhodnění při volbě takového produktu. Rostoucí úspěšnost těchto produktů ukazuje, že se ČSOB ve spolupráci s ČSOB Pojišťovnou skutečně vydala dobrou cestou. Zajímavým úkazem je obrovský prodej jednorázově placených investičních životních pojištění, neboť předběžné odhady ČAP hovoří o celkovém poklesu prodejnosti jednorázových produktů za minulý rok o 10,6%. U dalších bankopojistitelů si lépe vede běžně placené životní pojištění, které např. u KP tvoří přes 90% předepsaného ročního pojistného.

Nabídka běžně placeného životního pojištění je poměrně dost bohatá a tak si jistě každý klient s různými nároky přijde na své.

Dle mého názoru je velmi dobrým nápadem propojení dětského konta s úrazovým pojištěním, na druhou stranu zde postrádám obdobný produkt pro běžnou klientelu.

Balíček Hypotéka je správná cesta ke klientovi, který si je vědom, že budoucí koupě nemovitosti zahrnuje povinnost řádně ji pojistit, a zároveň že zastavená nemovitost musí být pojištěna proti živelným a jiným rizikům. Důležité je také úvěrový produkt vhodně doplnit kvalitním životním pojištěním či rizikovým životním pojištěním. V době, kdy produkt **ČSOB Hypotéka 2 v 1** umožňuje získat finanční prostředky jednak účelově na nemovitost a také neúčelově, tedy na jakékoli zařízení bytu, je výsledkem produkt dokonalých parametrů a podmínek i pro náročnějšího klienta.

ČS má poměrně širokou paletu pojistných produktů a bezpochyby s ní bez problémů pokrývají potřeby většiny zájemců o pojištění. Nabídka neobsahuje klasické životní pojištění za běžné pojistné, nabízí ale mnohem zajímavější produkt – univerzální životní pojištění, které má v zásadě obdobné parametry jako klasické životní pojištění, je ale mnohem flexibilnější a přizpůsobivější životní situaci.

Na první pohled je z nabídky produktů zřejmé, že banka skutečně slouží jen jako prodejní kanál pojišťovny, protože jde většinou o běžné pojistné produkty a ne přímo vyvinuté bankopojistné produkty. Propojení s bankovními produkty je pouze v případě úvěrového životního pojištění a u cestovního pojištění držitelů platebních karet. Na druhou stranu umožňují pojistné produkty cestu k výhodám u finančních produktů jako je např. kreditní karta MC Partner Kredit + v případě sjednání životního pojištění Kapitál.

ČS má ze všech bankopojistitelů nejširší nabídku úvěrových pojištění a pojištění vhodných k zajištění závazku. Velkou výhodou je možnost uzavření pojištění bez zdravotního vyšetření a až do 70ti let pojištěného. Úvěrové pojištění KVATRO bylo dokonce vyvinuto přímo pro dceřinou společnost Stavební spořitelnu ČS.

KB má velice zajímavé pojištění ztráty karty, neboť jako jediná kryje náklady na nové osobní doklady a klíče (touto nabídkou je jediná). Tento produkt má nastaven dle potřeb běžného klienta v zaměstnaneckém poměru a dle potřeb podnikatele s ohledem na odnášení tržeb do banky. Pojistné plnění je samozřejmě také odlišné, neboť každý pracuje a disponuje s různými částkami peněz.

KB je zároveň jediná, která nabízí pojištění smrti následkem úrazu k běžnému účtu. I u tohoto produktu rozlišuje potřeby zaměstnance a podnikatele, kde se roční průměrné příjmy rodin liší.

Bohužel v současné době **KB** nenabízí žádný produkt investičního životního pojištění, na které se teď většina klientů zaměřuje, neboť nastal trend upouštění od klasického životního pojištění právě směrem k investičnímu pojištění. V oblasti životního pojištění má produkty pro všechny věkové hranice klientů – pro děti, dospělé s rodinami a klienty s touhou spořit na stáří, s možnostmi platit běžně či jednorázově.

Speciální spořicí produkt **VITAL PLÁN KB** je produkt, který je lepší srovnávat spíše s termínovanými vklady, neboť je krátkodobého charakteru a neumožňuje žádná připojištění.

Všichni 3 bankopojistitelé kladou důraz na nezbytnost pojištění u úvěrových produktů, proto jsou podmínky pro přijetí do tohoto pojištění pořád jednodušší.

ČS dokonce vyvinula speciální produkt pro krytí úvěrů své dceřiné společnosti – Stavební spořitelny ČS.

Jde o kroky, které mají vést k ideálnímu stavu a to k maximální propojištěnosti úvěrových produktů.

Myslím si, že by všichni bankopojistitelé mohli v budoucnu nabídnout produkt úrazového pojištění k běžnému účtu (KB nabízí jen smrt následkem úrazu).

Pokud by cena byla zajímavá, spousta klientů by této nabídce využila i v případě, že by již mělo sjednáno připojištění u životního pojištění. Většina klientů si uvědomuje, že úrazové pojištění sjednané samostatně je podstatně dražší než jako připojištění nebo součást jiných produktů. Pokud by chtěli mít životní pojištění nezatížené další placenou složkou za rizikovou část, mohli by toho využít právě u produktu součástí běžného účtu. Potenciální klientela by představovala velký okruh osob, neboť v současnosti má většina lidí účet v bance.

ČSOB by mělo rozšířit pojištění u spotřebitelských úvěrů především v oblasti ztráty zaměstnání a neschopnosti splácet úvěr z důvodu nemoci.

ČS u úvěrového pojištění kryje riziko dlouhodobé pracovní neschopnosti, ale mohlo by svou nabídku rozšířit i o pojistné krytí v případě ztráty zaměstnání.

Jediná KB všechny zmiňovaná rizika kryje a to dokonce u kolektivního pojištění ke spotřebitelským úvěrům bez povinnosti hradit pojistné.

4.2. Trend nároků klienta

Nejnovější odhady dokazují, že klient v blízké budoucnosti bude mít stále složitější problémy, které bude potřebovat řešit se svým finančním poradcem. Bude naprostou samozřejmostí, že 1 finanční poradce se bude starat o 1 rodinu v celé škále finančních služeb (bankovních, investičních, pojistných). Důležitý bude komplexní přístup a servis, proto vzrostou nároky na schopnosti finančního poradce. Bude nutné jeho neustálé a

intenzivnější vzdělávání, bude kladen důraz na profesionalitu a především si situace vyžádá vyšší míru odpovědnosti.

Pro klienta bude rozhodující rychlost, cena a kvalita. Rychlost je důležitým pojmem v 21. století. Zatímco např. průměrná stavba domu v roce 2001 činila 3,6 roku, v současné době je to už jen 0,75 roku. Svět a vše kolem něj se zrychluje. Proto i reakce na měnící se životní potřeby klienta budou rychlejší a tím zároveň roste potřeba finančního poradce včas tyto změny zaregistrovat.

4.3. Český pojistný trh v roce 2005 a v budoucnosti

Celkové předepsané pojistné v roce 2005 vzrostlo o 3,7% a dosáhlo úrovně 115,8 mld. Kč. Vyšší dynamiku růstu v loňském roce zaznamenalo neživotní pojištění, u kterého se zvýšilo předepsané pojistné o 5,2% na částku 70,9 mld. Kč. Jeho podíl na předepsaném pojistném tak představoval 61,2%.

U životního pojištění byl docílen pozitivní vývoj, pokud jde o běžně placené pojistné, kde předepsané pojistné vzrostlo o 7,1%. Celkově však činil nárůst sledovaného ukazatele jen 1,6%, protože se snížilo předepsané pojistné u pojištění jednorázově placených o 10,6%.

4.3.1. Přísliby do budoucna

Vývoj u jednotlivých pojistných odvětvích životního a neživotního pojištění byl rozdílný. Bez ohledu na absolutní hodnoty a podíl na celkovém předepsaném pojistném lze upozornit na růst předepsaného pojistného u **pojištění nemoci** v roce 2005 o 31,5% (nyní 778 milionů Kč), u **všeobecného pojištění odpovědnosti za škodu** o 11,1% a u **pojištění spojeného s investičním fondem** o 24,5%. A právě u těchto druhů pojištění se očekává pozitivní trend do budoucna.

Pojišťovny netrpělivě očekávají masivní růst životního pojištění. Souvisí to s naším zařazením mezi vyspělé evropské státy. Takto hovoří odhady většiny pojišťoven sdružených v ČAP, je však zatím pravdou, že loňský rok mimořádný zájem české populace o životní pojištění nezaznamenal.

Dlouhodobé prognózy ekonomického rozvoje ČR počítají s tím, že ekonomická úroveň naší země se bude postupně přibližovat úrovni EU. Protože růst trhu životního pojištění je

s růstem ekonomiky úzce svázán, lze očekávat, že i v životním pojištění se bude ČR postupně dostávat na úroveň vyspělých trhů.

Ukazatelem trhu životního pojištění jsou především dva ukazatele:

- ☒ Podíl předepsaného pojistného na HDP
- ☒ Podíl životního pojištění na celkovém předepsaném pojistném.

Vývoj obou těchto ukazatelů ve světě, v EU a v ČR ilustrují následující tabulky.

Je zřejmé, že české životní pojištění nedosahuje západoevropských parametrů, ale trend vývoje je dlouhodobě pozitivní. Je však třeba dodat, že světová i evropská čísla jsou „tažena“ nejsilnějšími a nejvyspělejšími trhy.

Vývoj životního pojištění je navíc v řadě vyspělých zemí značně nerovnoměrný, meziroční propad pojistného je často v řádu mnoha procent. V tomto kontextu lze ocenit stabilní tempo růstu životního pojištění v ČR.

Tabulka č.15 : Životní pojištění ve světě – podíl předepsaného pojistného životního pojištění na celkovém předepsaném pojistném
(v %)

Oblast/Rok	2001	2002	2003	2004
Svět	59,8	58,5	57,2	57,5
EU	63,2	60,1	59,2	61,0
ČR	35,1	36,8	38,8	39,3

Zdroj: CEA, ČAP, SWISS RE

Tabulka č.16 : Životní pojištění ve světě – podíl předepsaného pojistného na životním pojištění na HDP
(v %)

Oblast/Rok	2001	2002	2003	2004
Svět	4,7	4,7	4,6	4,6
EU	5,3	5,2	5,1	5,2
ČR	1,3	1,4	1,6	1,6

Zdroj: CEA, ČAP, SWISS RE

Rozdíly v postavení životního pojištění v rámci finančních služeb jsou i mezi zeměmi se srovnatelnou úrovní ekonomiky (např. VB a Německo). Vyplývají z rozdílných tradic, rozdílné obliby některých finančních produktů, různých forem důchodového a sociálního zabezpečení, daňové soustavy atd. Některé trhy znají nejen speciální produkty životního pojištění a doplňkových pojištění, ale zajímavé jsou i některé způsoby obchodování – např. aukce životního pojištění.

V ČR daňové důvody v minulosti velmi často vedly k uzavření smlouvy o životním pojištění, nyní tyto důvody pomíjejí. Lidé uzavírají pojištění především kvůli zajištění rizika.

Mezi preferované typy životního pojištění patří **investiční životní pojištění**, které vzrostlo téměř o čtvrtinu na 7,5 miliardy Kč. Nárůst o 24,5% je vůbec nejvyšším tempem růstu v celé oblasti životního pojištění. Jejich oblibu nyní sice silně podporuje příznivý vývoj kapitálových trhů, ale i v budoucnu půjde nepochybně o perspektivní produkty.

Dalším úspěšným produktem životního pojištění je **univerzální životní pojištění**.

Trend úspěšného prodeje těchto produktů zůstane do budoucna s největší pravděpodobností zachován.

Naopak klesá obliba **důchodového pojištění** (pokles o 14%) a **pojištění dětí**. Výsledky za loňský rok dokazují, že prudce klesla obliba **jednorázového životního pojištění** (pokles o 10,6%).

Naopak spíše roste poptávka po **rizikovém pojištění** (nárůst o 8,4%), i proto, že je mnohdy u většiny bankovních ústavů povinné pro zajištění hypoték a úvěrů. Celková pojistná částka pojistného za tyto produkty je poměrně nízká, jen 650 milionů Kč. Toto pojištění je z produktů životního pojištění nejlevnější, neboť jde skutečně jen o platby za riziko smrti, tedy bez žádné kapitalizační složky. Tento produkt kryje pouze v nezbytném rozsahu potřeb zajištění závazku.

Ke standardním životním pojištěním lze uzavřít mnohá **připojištění**. Tato možnost bývá hojně využívána, což ukazuje celkové pojistné přesahující 5 miliard korun. Růst o 7,7% jen dokazuje, že jejich obliba také nadprůměrně roste.

Problematika pojistných částek

Rozhodně neplatí tvrzení, že životní pojištění je pouze pro ty, kteří si to mohou dovolit. Právě naopak, rodině ve slabším sociálním postavení pomůže v situaci ztráty živitele rodiny nejvíce právě životní pojištění. Nedostatečná je ale výše sjednaných PČ u rizikových životních pojištění.

Soukromé ŽP mělo v roce 2004 víc než 3,15 milionů lidí s průměrným ročním pojistným na klienta 6 838 Kč. Technické rezervy životního pojištění dosáhly koncem roku 2004 úrovně 140 miliard korun, a za rok 2005 by měly přesahovat 150 miliard korun. Zdánlivě vysoká suma, převyšující např. peníze uspořené v penzijních fondech, ukazuje na průměr pouhých 50 000 korun na klienta. To je zcela nedostatečné jak z pohledu spoření na stáří, tak z hlediska PČ, která by měla dosahovat úrovně tří až pěti ročních příjmů. V zahraničních pramenech se hovoří o několikanásobku roční mzdy jako o optimální výši PČ pro zajištění rodiny. V ČR se pohybuje výše PČ od poloviny do hodnoty o něco přesahující roční průměrnou mzdu. To se jeví z pohledu zajištění rodiny pro případ závažné události jako nedostatečné. Trendem do budoucna by mělo být navyšování těchto PČ.

ZÁVĚR

Na základě získaných dat v první a druhé kapitole, které se zabývaly vývojem a důvody vedoucích k propojení bankovních a pojišťovacích služeb, bylo možné naplnit cíle diplomové práce, kterými bylo uvést skutečnosti vedoucí ke vzniku moderního produktu bankopojištění a představit různé formy spolupráce bankovních a pojišťovacích subjektů. Zpracovaná data ve třetí a čtvrté kapitole mi umožnily představit a zhodnotit nabídku bankopojistných produktů našich 3 největších bank a predikovat budoucí vývoj nejen v oblasti bankopojištění.

Velice důležitou vlastností spojování bankovních a pojistných služeb je propojování, tzn. spolupráce musí být vzájemná. Nesmí docházet pouze k připojování. Pokud by šlo pouze o prodej pojistných produktů na pobočkách bez další koordinační činnosti, byl by projekt s největší pravděpodobností neúspěšný.

Všichni bankopojistitelé si jsou vědomi, že pokud nenabídnout komplexní péči o klienta, snižují své šance na trhu.

V současné době si spousta klientů již uvědomuje nevýhodnost termínovaných vkladů, proto bohatá nabídka jiných produktů zaměřených na spoření je důležitá k udržení peněžních prostředků v jedné finanční instituci (případně v rámci jedné finanční skupiny) a zamezí tak odlivu spravovaných aktiv.

Za nezbytné jsem považovala upozornit na změny v regulaci a dohledu nad bankovní a pojišťovací činností, které zásadním způsobem můžou ovlivnit bankopojištění a propojování bank a pojišťoven, neboť ještě donedávna spadaly tyto činnosti do pravomoci odlišných regulátorů a orgánů dohledu.

Přijetím zákon č. 57/2006 Sb. byl dohled nad finančním trhem v ČR integrován do České národní banky.

Všechny tři naše největší banky mají poměrně bohatou nabídku bankopojistných produktů, která bezesporu dokáže uspokojit i náročnější klientelu.

Velmi překvapivé bylo zjištění, že **Československá obchodní banka** přináší 2,5krát více nových obchodů v životním pojištění než samotná ČSOB Pojišťovna. Zároveň je nepřehlédnutelné obrovské předepsané pojistné (1,3 mld.) za jednorázově placené investiční pojištění, které v celém pojistném odvětví zaznamenává klesající tendenci.

U ostatních bankopojistitelů se mnohem výrazněji prodává běžně placené životní pojištění.

Z nabídky produktů **České spořitelny** je zřejmé, že banka slouží skutečně hlavně jako prodejní kanál **Pojišťovny ČS**, neboť je zde propojení s bankovními produkty minimální. Na druhou stranu má velice pestrou nabídku úvěrových pojištění a pojištění vhodných k zajištění závazku.

Komerční banka jako jediná nabízí pojištění ztráty karty zároveň s krytím nákladů na nové osobní doklady a klíče. Dále jako jediná nabízí propojení pojištění smrti následkem úrazu s běžným bankovním účtem. Oba produkty má rozlišený na potřeby klientů v zaměstnaneckém poměru a podnikatele. Bohužel ale v současné době nenabízí žádný produkt investičního životního pojištění.

Všichni zmínění bankopojistitelů kladou důraz na nezbytnost pojištění úvěrů, proto jsou podmínky pro přijetí do pojištění a administrativa pořád jednodušší.

Jde o kroky, které mají vést k ideálnímu stavu a to k maximální propojištěnosti úvěrových produktů.

Myslím si, že velmi zajímavým produktem do budoucna by mohlo být úrazové pojištění jako volitelná složka součástí běžného bankovního účtu.

Zároveň si myslím, že každá banka má ve své nabídce rezervy, které by bylo vhodné doplnit. U ČSOB jde především o krytí rizika ztráty zaměstnání a neschopnosti splácet úvěr u pojištění spotřebitelských úvěrů. ČS u úvěrového pojištění kryje riziko dlouhodobé pracovní neschopnosti, ale mohla by svou nabídku rozšířit i o pojistné krytí v případě ztráty zaměstnání. V nabídce KB rozhodně chybí produkt investičního životního pojištění, které se stává stále více oblíbenějším produktem.

Zajímavý je trend upouštění od klasického životního pojištění směrem k investičnímu životnímu pojištění. Jeho oblibu nyní sice silně podporuje příznivý vývoj kapitálových trhů, ale i v budoucnu půjde nepochybně o perspektivní a úspěšný produkt.

Další pozitivní trend prodeje se očekává u univerzálního životního pojištění, pojištění nemoci a u všeobecného pojištění odpovědnosti za škodu.

V ČR se nadále očekává masivní nárůst životního pojištění, související především s naším zařazením mezi vyspělé evropské státy. V případě ukazatelů trhu s životním pojištěním sice nedosahujeme západoevropských parametrů, ale trend vývoje je dlouhodobě pozitivní.

V ČR daňové důvody v minulosti velmi často vedly k uzavření smlouvy o životním pojištění, nyní tyto důvody spíše pomíjejí. Lidé uzavírají pojištění především kvůli zajištění rizika. Je však smutnou skutečností, že u životních pojištění sloužících jako zajištění rodiny v případě smrti živitele, máme velice nízké pojistné částky, které dosahují pouze poloviny roční průměrné mzdy. To se jeví jako nedostačující, zahraniční prameny hovoří o pojistných částkách, které by měly být až několikanásobek roční mzdy pro kvalitní zajištění rodiny.

Všechny zmíněné skutečnosti mají velký vliv na vývoj nových bankopojistných produktů a jejich úspěšnost. Dle mého názoru příští roky budou především ve znamení životního pojištění, jehož prodej se bude stále častěji uskutečňovat na přepážkách bank.

SEZNAM LITERATURY

PUBLIKACE:

DAŇHEL, J. *Kapitoli z pojistné teorie*. Praha: Oeconomica, 2002.

ISBN 80-245-0306-9.

DAŇHEL, J. A KOL. *Pojistná teorie*. Praha: Professional Publishing, 2005.

ISBN 80-86419-84-3.

DUCHÁČKOVÁ, E. *Pojišťovnictví a pojištění*. Praha: VŠE, 2000.

ISBN 80-245-0023-X.

KOLLEKT. AUTOR. *Allgemeine Themen Bereiche*. Wien: Böv., 1996.

SERIÁLOVÉ PUBLIKACE:

Ekonom: Týdeník hospodářských novin. 2004-2006. Praha: Economia.

ISSN 1210-0714.

Finanční poradce Č. 3. Praha: Economia a.s. 2006. ISSN 1213-7693.

Pojistný obzor. 2004-2005. Praha: ČAP. ISSN 0032-2393.

WWW STRÁNKY:

Finanční portál peníze [online]. [cit. 2.3.2006]. Dostupné z:

< <http://www.penize.cz/zpravy/2291/bonus-ktery-nechcete/?IDP=1> >

Československá obchodní banka. Výroční zpráva 2004 [online]. [cit. 5.2.2006].

Dostupné z: <http://www.csob.cz/data/pb/pdf/CSOB_VZ_2004.pdf>

Pojišťovna Československé obchodní banky. Výroční zpráva 2004 [online]. [cit. 5.2.2006].

Dostupné z:

<[http://www.csobpoj.cz/csobpoj/csobpoj.nsf/682c48d0bec873ccc1256c930052732f/3008d6061d5d9f38c1257074001c63f6/\\$FILE/VZ_CSOPB_2004.pdf](http://www.csobpoj.cz/csobpoj/csobpoj.nsf/682c48d0bec873ccc1256c930052732f/3008d6061d5d9f38c1257074001c63f6/$FILE/VZ_CSOPB_2004.pdf)>

Česká spořitelna. Výroční zpráva 2004[online]. [cit. 15.2.2006].

Dostupné z :

<http://www.csas.cz/banka/application?event=link.display_binary&namespace=main&origin=display.jsp&tag=href&portal=internet&lang=cs&docid=5300/Soubory_pro_stazeni/vz_2004_cz.pdf>

Pojišťovna České spořitelny. Výroční zpráva 2004[online]. [cit. 15.3.2006].

Dostupné z: <<http://www.pojistovnacs.cz/spolecnost/vyrocni-zprava/VZ/2004/VZ2004.pdf>>

Komerční banka. Výroční zpráva 2004[online]. [cit. 10.1.2006].

Dostupné z: <http://www.kb.cz/file/cs/com/annual_reports/KB-vyrocni_zprava_2004-cz.pdf>

Komerční pojišťovna. Výroční zpráva 2004[online]. [cit. 10.2.2006].

Dostupné z: <http://www.kb.cz/file/cs/com/annual_reports/KB-vyrocni_zprava_2004-cz.pdf>

ZÁKONY:

Zákon č. 37/2004 Sb., o pojistné smlouvě

Zákon č. 57/2006 Sb. ze dne 2. února 2006 o změně zákonů v souvislosti se sjednocením dohledu nad finančním trhem.

Zákon č. 377/2005 Sb. ze dne 19. srpna 2005, tzv. Zákon o finančních konglomerátech

Zákon č. 38/2004 Sb. Zákon o pojišťovacích zprostředkovatelích a samostatných likvidátorech pojistných událostí.